

## Einladung zur Studienpräsentation

# JOURNALIST\*INNEN BAROMETER 2026

## Renaissance der Medienmarken in Zeiten von KI und Desinformation

Die Informationswelt wird lauter, schneller und manipulierbarer. Künstliche Intelligenz produziert Inhalte im Sekundentakt, Desinformation verbreitet sich global, und die Grenzen zwischen verlässlichen und künstlich erzeugten Inhalten verschwimmen zunehmend.

Für das Publikum wird es immer schwieriger, Orientierung zu finden und Vertrauen zu fassen. Klassische Mechanismen der Einordnung geraten unter Druck, während neue Technologien die Dynamik der öffentlichen Meinungsbildung grundlegend verändern.

Doch genau in diesem Umfeld könnte sich ein überraschender Gegentrend abzeichnen: die Rückkehr starker Medienmarken – als Vertrauensanker, als Qualitätsfilter und als verlässliche Absender in einer zunehmend unübersichtlichen Informationslandschaft.

Über 500 Journalist\*innen aus der DACH-Region haben wir gefragt, wie sie die Zukunft von Glaubwürdigkeit, Orientierung und Qualität einschätzen. Welche Rolle spielen Medienmarken künftig? Welche Faktoren entscheiden über Vertrauen? Und entsteht tatsächlich eine neue Bedeutung klassischer Medien oder ist die Idee einer Renaissance letztlich Wunschdenken?

Wichtiger Hinweis: Die Vinothek des Palais Herzfeld ist wunderschön, aber leider kein Fußballstadion. Die Teilnehmerzahl ist daher streng limitiert.



**28. April 2026**



**09:00 bis 11:30 Uhr**



**Schellinggasse 12, 1010 Wien**



**events@marketagent.com**

**mrktgnt.**