



Journalist*innen-Barometer 2025

Das Journalist*innen-Barometer 2025 von Marketagent und der Schweizer Beratungs- und Kommunikationsagentur Farnier | Team Farnier beleuchtet, wie Medienmacher*innen aus dem DACH-Raum den Wandel in der Medienwelt persönlich erleben. Die Daten stammen aus einer anonymen CAWI-Umfrage (Computer Assisted Web Interviews), die vom 3. bis 16. März 2025 durchgeführt wurde. Teilgenommen haben 532 Medienschaffende aus dem DACH-Raum, darunter 137 aus Österreich. Die folgenden Ergebnisse beziehen sich auf Österreich.

Einflussnahme

93,4% schätzen ihre Einflussmöglichkeiten auf gesellschaftliche Trends als groß oder sehr groß ein. Gleichzeitig sagen 57,7%, dass Trends eher nicht oder keinesfalls bewusst beeinflusst werden sollten.

Qualität

69,0% quer über alle Länder im DACH-Raum erkennen einen journalistischen Qualitätsverlust aufgrund von Einsparungen in den Medienhäusern.

Sensationsjournalismus

76,6% sprechen sich gegen Sensationsjournalismus aus.

Print und Radio

81,0% sehen einen Bedeutungsverlust bei den Print-Medien, 43,1% beim Fernsehen und 30,7% beim Radio.

Persönliche Meinung

58,4% finden, Fakten müssen im Vordergrund stehen – persönliche Standpunkte dürfen situativ mitschwingen.

Social und Podcasts

85,4% finden, dass Social Media, 83,9% dass Podcasts, und 75,9% dass Online und digitale Plattformen an Bedeutung gewinnen.

Polarisierung

92,7% sehen eine sachliche, faktenbasierte Berichterstattung und 83,9% die Aufdeckung von Fake News als wirksame Mittel gegen zunehmende Polarisierung.

Medien mit Einfluss

83,9% sehen die sozialen Medien an der Spitze der meinungsmachenden Medien, 61,3% nennen das Fernsehen und 60,6% Online und digitale Nachrichtenplattformen. Print bleibt für 36,5% ein wichtiger Faktor und das Radio für 22,6%.

Zusammenhalt

92,0% sind der Meinung, dass sie einen Beitrag zum gesellschaftlichen Zusammenhalt leisten können.

Jobsicherheit

66,4% schätzen ihren Arbeitsplatz als sehr oder eher sicher ein.

Seriosität

35,8% finden, die Bedeutung von Seriosität im Journalismus habe eher abgenommen.

Traumberuf

59,1% bezeichnen ihren Job als Traumberuf.