

Einladung
zum Symposium

Die Glaubwürdigkeit

und ihre Feinde

am 30. Mai 2017 von 9:00 Uhr bis 12:30 Uhr
in der Wolke 19 im Ares Tower,
Donau-City-Straße 11, 1220 Wien

klar.

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit wird oft als wertvollste und zugleich gefährdetste Grundlage politischen und wirtschaftlichen Erfolgs bezeichnet. Gerade die Entwicklungen der jüngsten Zeit scheinen den Erfolgsfaktor Glaubwürdigkeit aber infrage zu stellen.

Wer gilt bei den ÖsterreicherInnen als mehr oder weniger glaubwürdig?

Wie viel Einfluss haben Digitalisierung und „postfaktische“ Kampagnen auf den öffentlichen Diskurs?

Entsteht durch die Möglichkeiten sozialer Medien eine „fünfte Gewalt“? Und welche Rolle bleibt dem Journalismus?

Wie viel Glaubwürdigkeit brauchen Unternehmen und Marken?

Wie kann man als Person oder Organisation Glaubwürdigkeit aufbauen, bewahren, verlieren?

Und wie kann man den Wert von Glaubwürdigkeit bestimmen?

Die Glaubwürdigkeit

und ihre Feinde

Programm

- 08:30 Anmeldung und Kaffee
- 09:00 Begrüßung
Moderation: Birgit Kacerovsky, klar. | Sebastian Loudon, DIE ZEIT
- 09:05 **Wem glaubt Österreich 2017?**
Das klar.Glaubwürdigkeitsranking, durchgeführt von Marketagent.com
Präsentation der österreichweiten Umfrage zur Glaubwürdigkeit von Unternehmen, Organisationen, Politik und Personen – Schlussfolgerungen für die Kommunikationslandschaft
Birgit Brandner, klar. | Thomas Schwabl, Marketagent.com
- 09:45 **Sie tranken heimlich Wein und predigten öffentlich Wasser**
Über Glaubwürdigkeit und wie man sie verspielt.
Univ.-Prof. Dr. Konrad Paul Liessmann, Institut für Philosophie, Universität Wien
- 10:15 **Medienvertrauen und Populismus – allgemein und am Beispiel Österreichs**
Univ.-Prof. Dr. Hajo Boomgaarden,
Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Wien
Glaubwürdigkeit der Medien – Projekte von ZEIT ONLINE
Martin Kotynek, stellvertretender Chefredakteur ZEIT ONLINE
Diskussion
- 11:15 **Pause**
- 11:45 **Podiumsdiskussion: Wie glaubwürdig muss ich sein?**
Müssen Unternehmen und Institutionen im Zeitalter sozialer Medien penibel auf die Wahrheit ihrer Aussagen achten? Welche Rolle spielt Glaubwürdigkeit in der täglichen Kommunikationsarbeit? Wie kann man sie sicherstellen?
Renate Graber, Wirtschaftsredakteurin Tageszeitung Der Standard
Barbara Grohs, Telekom Austria Group | Ines Schurin, REWE Group
Johannes Vetter, OMV | Bernhard Hudik, klar.
Moderation: Sebastian Loudon
- 12:30 **Zusammenfassung und Abschluss**

Kontakt: bernhard.hudik@klar.net, 0664 922 72 71, www.klar.net

l.eberhardsteiner@marketagent.com, 02252-909 009-28, www.marketagent.com

Anmeldung: <https://eventmaker.at/klar/symposion/Marketagent>