

KOMKON 2026: 350 Kommunikationsprofis diskutieren über Vertrauen, KI und die Zukunft der Branche

Wien, 8. Mai 2026. Der KOMKON, der gemeinsame Kommunikationskongress von PRVA (Public Relations Verband Austria) und APA-Comm, ging am 7. Mai im Wiener Tech Gate in seine zweite Runde. Mit rund 350 Teilnehmer:innen aus Unternehmen, Agenturen, Medien und Institutionen bestätigte die Veranstaltung ihre Position als einer der zentralen Treffpunkte der österreichischen Kommunikationsbranche.

Das Thema Mut zog sich dabei wie ein roter Faden durch den gesamten Kongresstag. Bereits bei der KOMKON-Pre-Party unter dem Motto „Mut. Macht. Momente.“ setzte Sängerin Sofia Reyna mit ihrem Satz „Mut heißt nicht, keine Angst zu haben. Mut heißt, es trotzdem zu machen.“ einen Ton, der viele Diskussionen des Folgetages prägte.

Eröffnet wurde der KOMKON von PRVA-Vizepräsident Johannes Angerer in Vertretung von PRVA-Präsidentin Ingrid Gogl sowie von APA-Comm-Geschäftsführer Klemens Ganner. Im Mittelpunkt standen die Veränderungen der Kommunikationsbranche durch KI, die zunehmende Geschwindigkeit zwischen strategischer Überlegung und operativer Umsetzung sowie die Frage, wie Inhalte künftig entstehen, distribuiert und konsumiert werden.

„Die Spielregeln der Sichtbarkeit werden gerade neu geschrieben, vor allem durch KI. Genau deshalb braucht es Räume wie den KOMKON, um diese Veränderungen gemeinsam einzuordnen“, so Klemens Ganner, Geschäftsführer von APA-Comm.

Johannes Angerer betonte die wachsende Bedeutung der Kommunikationsbranche und die Verantwortung von Kommunikation in gesellschaftlichen Veränderungsprozessen.

Der KOMKON spannte inhaltlich einen breiten Bogen über die aktuellen Herausforderungen der Branche: Vertrauen versus Desinformation, Effizienz durch KI versus Kontrollverlust, Transformation der Arbeitswelt, Fachkräftemangel sowie Europas Rolle im globalen Kommunikationswettbewerb.

Bereits die Eröffnungs-Keynotes im Auditorium machten deutlich, wie stark Kommunikation gesellschaftliche Wahrnehmung prägt. Doris Schmidauer appellierte in ihrer Session „Zwei Minuten

Die Verbandsarbeit wird von folgenden Wirtschaftspartnern unterstützt:

[A1](#), [APA-COMM](#), [Brau Union](#), [DORDA](#), [IFES](#), [IKEA](#), [Observer](#), [Wiener Stadtwerke](#)

für die Zukunft“ daran, gewohnte Narrative bewusst zu hinterfragen: „Immer wenn wir nach dem Gewohnten greifen, bestätigen wir es auch.“ Sie sprach über die Macht von Bildern, Rollenbildern und positiven Erzählungen sowie darüber, warum Kommunikation Verantwortung für gesellschaftliche Realität trägt.

Stefanie Rupp-Menedetter, Chief Communications Officer bei ProSiebenSat.1 Media SE, rückte die Chancen von Krisenkommunikation in den Mittelpunkt. Statt ausschließlich auf Verteidigung und Schadensbegrenzung zu setzen, brauche es neue Narrative, Haltung und Orientierung: „Hinter jeder Krise steckt eine Chance.“

Auch die Paneldiskussion „Think big! Neuer Mut und große Möglichkeiten“ zeigte, dass Mut zu einem zentralen Begriff moderner Kommunikationsarbeit geworden ist, sei es im Umgang mit gesellschaftlichen Spannungen, Diversität, Nachhaltigkeit oder organisationalem Wandel.

Großen Raum nahm auch die Frage nach Vertrauen und Informationsqualität ein. In der Diskussion „Trust, Propaganda, Fake News und Informationsqualität“ beschäftigten sich Expert:innen mit Desinformation, Plattformlogiken, KI-generierten Inhalten und Medienkompetenz. Einigkeit herrschte darüber, dass Transparenz und Glaubwürdigkeit zentrale Währungen der Kommunikation bleiben.

AMS-Vorstandsvorsitzender Johannes Kopf brachte komplexe Entwicklungen am Arbeitsmarkt humorvoll und verständlich auf den Punkt. Trotz Rezession gebe es weiterhin tausende offene Stellen pro Tag, gleichzeitig brauche es mehr Kommunikation rund um Arbeitsplatzattraktivität, Qualifikation und Zuwanderung.

Weitere Panels widmeten sich Employer Branding, der Zukunft Europas sowie KI und Innovation in der Kommunikation. Besonders die Diskussion rund um Europas Resilienz setzte starke Akzente. Othmar Karas betonte: „Europa ist eine Chance und ein Erfolg. Wir müssen lernen, das auch zu erzählen.“

Zum Abschluss diskutierten führende Journalistinnen aus österreichischen Medienhäusern über Vertrauen, Medienwandel und die Zukunft des Journalismus. Themen wie Regionalität, Community Building, neue Nutzungsgewohnheiten und die Auswirkungen von KI auf Medienarbeit standen dabei im Fokus.

Die Verbandsarbeit wird von folgenden Wirtschaftspartnern unterstützt:

[A1](#), [APA-COMM](#), [Brau Union](#), [DORDA](#), [IFES](#), [IKEA](#), [Observer](#), [Wiener Stadtwerke](#)

Die Vorträge und Diskussionen im Auditorium wurden durch interessante Sessions in den Breakout Rooms und auf der Business Stage ergänzt. Dort setzten Sponsor:innen und Branchenexpert:innen zusätzliche Impulse zu Themen wie KI-Suche und Sichtbarkeit, Influencer Relations, Krisenkommunikation, Qualitätsmanagement in der PR sowie der Rolle klassischer Presseaussendungen im digitalen Kommunikationsmix.

Nach der erfolgreichen zweiten Ausgabe ist der KOMKON, mit dem nötigen Mut, auf dem besten Weg, sich dauerhaft als fixer Termin im Kalender der Kommunikationsbranche zu etablieren.

Fotolink:

Auditorium + Gäste: <https://www.apa-fotoservice.at/galerie/39637>

Breakout Sessions + Gäste: <https://www.apa-fotoservice.at/galerie/39636>

Eventvideo: <https://youtu.be/QxO8ux0Yjpk>

Über den PRVA (Public Relations Verband Austria)

Der [Public Relations Verband Austria](#) ist der Verband für Kommunikationsexpert:innen mit einem ganzheitlichen Verständnis für professionelle und strategische Kommunikation in Österreich. Als freiwillige Interessenvertretung und zentrale Vernetzungsplattform für seine rund 800 Mitglieder unterstreicht der PRVA die gesellschaftspolitische Relevanz und Verantwortung professioneller Public Relations. Seit 1975 engagiert sich der PRVA für Aus- und Weiterbildung von PR-Treibenden, die Etablierung von Qualitäts-Standards sowie für Bewusstseinsbildung und ethische Richtlinien in der Branche.

Über APA-Comm

[APA-Comm](#) ist das auf Kommunikationsdienstleistungen spezialisierte Tochterunternehmen der APA – Austria Presse Agentur. Es richtet sich an PR- und Kommunikationsspezialistinnen und -spezialisten und vereint sämtliche Dienstleistungen sowie Anwendungen für professionelle Kommunikationsprozesse: Produktion (Foto, Podcast), Medien- und Bilddatenbank, Journalist:innen-Daten, Rechterservices, Verbreitung von OTS-Aussendungen, Content-Platzierung, Medienbeobachtung, Social Media Monitoring oder Erfolgsmessung. Die zentrale Plattform von APA-Comm für Kommunikationsspezialist:innen ist der PR-Desk. APA-Campus, das Weiterbildungsangebot der APA – Austria Presse Agentur, vermittelt zudem PR-Verantwortlichen sowie Medien fundierte Kenntnisse aus unterschiedlichen Disziplinen der Kommunikation in Theorie und Praxis.

Die Verbandsarbeit wird von folgenden Wirtschaftspartnern unterstützt:

[A1](#), [APA-COMM](#), [Brau Union](#), [DORDA](#), [IFES](#), [IKEA](#), [Observer](#), [Wiener Stadtwerke](#)



Presseinformation

8. Mai 2026

PRESEKONTAKT

Sarah Nahmer, +43 676 / 846 787 200, s.nahmer@prva.at

Die Verbandsarbeit wird von folgenden Wirtschaftspartnern unterstützt:

[A1](#), [APA-COMM](#), [Brau Union](#), [DORDA](#), [IFES](#), [IKEA](#), [Observer](#), [Wiener Stadtwerke](#)