

KI-Reifegrad-Report 2026: Medienhäuser zwischen strategischem Anspruch und operativer Realität – der wirtschaftliche Nutzen bleibt unklar

- KI-Strategien müssen Infrastruktur, Daten, Prozesse und Organisation umfassen.
- Effizienzgewinne sind sichtbar, doch Kosteneinsparungen, Nutzerbindung und Erlöse bleiben hinter den Erwartungen.
- Klare Ziele, integrierte Anwendungen und belastbare KPIs sind entscheidend für den KI-Nutzen.

Berlin, 13. Oktober 2026 – KI hat in deutschen Medienhäusern strategisch und operativ Fuß gefasst. Doch belastbare Business Cases sind selten. Dies zeigt der [KI-Reifegrad-Report 2026](#), veröffentlicht vom [Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger \(BDZV\)](#) und dem KI-Spezialisten [Retresco](#). Grundlage ist eine Befragung von 114 Führungskräften und KI-Verantwortlichen, die von April bis Juni 2026 durchgeführt wurde.

KI-Strategien verankert – Umsetzung bleibt schwierig

Der Mehrwert von KI steht für die meisten Medienhäuser außer Frage. Doch Pilotprojekte, gefühlte Zeitersparnisse und Performance-Zuwächse belegen noch keine nachhaltige Transformation. Oft sind journalistische und wirtschaftliche Ziele pauschal formuliert, Anwendungen werden isoliert eingeführt und Erfolge allein an Effizienzgewinnen gemessen, nicht aber an wirtschaftlich nachweisbaren Ergebnissen.

Der Anteil der Medienhäuser mit KI-Strategie stieg binnen eines Jahres um 19 Prozentpunkte auf 79 Prozent. Doch 49 Prozent der Befragten nennen Infrastruktur und Integration als Hürden bei der technischen Umsetzung. Im Vorjahr waren es nur 28 Prozent. Der Vergleich der KI-Reifegrad-Reports 2025 und 2026 zeigt: Mit der strategischen Verankerung wächst die Herausforderung, KI sicher in bestehende Systeme und Abläufe einzubinden.

Eine KI-Strategie wirkt nur, wenn sie im Medienhaus breit umgesetzt wird. Dafür braucht es vor allem messbare Ziele, die aber oft noch fehlen. Zwar haben 61 Prozent der Medienhäuser KPIs definiert – 41 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Doch nur 20 Prozent messen den ROI oder andere KPIs anhand belastbarer Zahlen.

„Wir müssen den Blick von der reinen KI-Adoption auf ihre messbare Wirkung richten“, sagt **Johannes Sommer, CEO von Retresco**. „Bei Nutzung, Akzeptanz, Prozessen und Qualität zeigen sich längst Effizienzgewinne. Künftig muss KI ihren Beitrag zur Nutzergewinnung und Nutzerbindung, zu mehr Engagement und zu messbaren Erlösen nachweisen.“

Pressekontakt

Harald Oberhofer
Head of Marketing

+49 (0)171 6227145
harald.oberhofer@retresco.de
www.retresco.de

Retresco GmbH
Revaler Straße 28
10245 Berlin

KI steigert Effizienz, aber Erwartungen noch nicht erfüllt

KI macht effizientere Abläufe möglich: 92 Prozent erwarten schnellere Prozesse, verbesserte Workflows und Entlastung der Mitarbeitenden. 80 Prozent haben entsprechende Effekte in ihren Redaktionen festgestellt.

In fast allen anderen Bereichen klaffen Erwartungen und Ergebnisse dagegen auseinander. Kosteneinsparungen erwarten 63 Prozent, messen konnten sie bislang nur 20 Prozent. Bei neuen Formaten und Erlösmodellen stehen einer Erwartung von 62 Prozent lediglich 31 Prozent Ergebnisse gegenüber. Höhere inhaltliche Qualität erhoffen sich 60 Prozent, nachweislich erfasst haben sie nur 32 Prozent.

Besonders groß ist die Diskrepanz bei der Nutzerbindung: 53 Prozent erwarten, diese mithilfe personalisierter oder interaktiver Angebote zu steigern. Erreicht haben das nur 14 Prozent. Die Gründe für die Kluft sind unklar. Mögliche Ursachen sind überzogene Erwartungen, ungenutzte Potenziale der KI-Anwendungen oder Defizite bei der Messung geeigneter Kennzahlen.

Medienhäuser verlieren Reichweite und müssen Vertrauen sichern

Mit der zunehmenden KI-Adoption rücken journalistische Risiken und Verantwortung stärker in den Fokus. „Die Honeymoon-Phase ist vorbei. KI kann Fehler machen und damit die Glaubwürdigkeit von Medienmarken gefährden“, sagt **Holger Kansky, Leiter Digitales und Vermarktung beim BDZV**. „Wo KI eingesetzt wird, entsteht Verantwortung. Medienhäuser stehen deshalb vor der Aufgabe, KI breit auszurollen und zugleich Qualität und Verlässlichkeit ihrer Angebote sichern.“

Gesunken sind die Hoffnungen auf mehr Reichweite durch KI – ein Effekt, der unmittelbar mit Google AI Overviews, AI Mode, KI-Suchen und geschlossenen Ökosystemen zusammenhängen dürfte. 38 Prozent der Befragten stellen deutliche Reichweitenrückgänge fest, 37 Prozent sehen keine signifikante Veränderung und 25 Prozent können diese Entwicklung aktuell nicht belastbar bewerten.

Agentische KI als Maßstab für KI-Reife

Auch aktuelle KI-Trends standen im Fokus der Befragung. Dabei zeigt sich: Agentische KI gewinnt deutlich an Bedeutung. 54 Prozent der Medienhäuser schreiben ihr inzwischen strategische Relevanz zu – gegenüber 34 Prozent im Vorjahr.

Wie KI die Wertschöpfung unterstützt

Der Report empfiehlt Medienhäusern:

- **Erwartungen kalibrieren:** Weg von automatisierten Komplettlösungen, hin zu gezielter Unterstützung integrierter Workflows sowie journalistischer und wirtschaftlicher Kernbereiche.

Pressekontakt

Harald Oberhofer
Head of Marketing

+49 (0)171 6227145
harald.oberhofer@retresco.de
www.retresco.de

Retresco GmbH
Revaler Straße 28
10245 Berlin

- **Business Cases identifizieren:** KI gezielt dort einsetzen, wo strukturierte Daten sowie personalisierte und interaktive Services dauerhaft Mehrwert für Mitarbeitende, Nutzerinnen und Nutzer und das Geschäftsmodell schaffen.
- **KPIs ausrichten:** KI-Projekte nicht anhand isolierter Effizienzgewinne bewerten, sondern ihre Wirkung auf Nutzung, Qualität, Conversion, Kosten und Erlöse übergreifend erfassen und weiterentwickeln.

Über den KI-Reifegrad-Report

Der KI-Reifegrad-Report ist eine gemeinsame Branchenumfrage von BDZV und Retresco. Für die dritte Ausgabe befragten sie zwischen April und Juni 2026 online 114 Führungskräfte und KI-Verantwortliche deutscher Medienhäuser. Die Umfrage ist nicht repräsentativ.

[Report herunterladen](#)

Über BDZV

Der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) vertritt als Spitzenorganisation die Interessen der Zeitungsverlage und digitalen Publisher in Deutschland und auf EU-Ebene.

<https://www.bdzv.de>

Über Retresco

Der KI-Spezialist Retresco richtet sich an Unternehmen aus dem Medienbereich, Digital Commerce sowie vergleichbaren Branchen, die maßgeschneiderte und effektive KI-Lösungen benötigen. Als Pionier im Bereich der KI-basierten Sprachtechnologien hat das Berliner Unternehmen seit 2008 eine Vielzahl erfolgreicher Kundenprojekte zur effizienten und zukunftsfähigen Gestaltung von Geschäftsprozessen realisiert.

www.retresco.de

Pressekontakt

Retresco GmbH
Harald Oberhofer
Revaler Straße 28
10245 Berlin
+49 (0)171 6227145
harald.oberhofer@retresco.de

Pressekontakt

Harald Oberhofer
Head of Marketing

+49 (0)171 6227145
harald.oberhofer@retresco.de
www.retresco.de

Retresco GmbH
Revaler Straße 28
10245 Berlin