

Künstliche Intelligenz: Sorge und Begeisterung halten sich die Waage

Hamburg, 21.08.2025 – Fast die Hälfte der Deutschen (46 %) gibt an, dass sie Produkte und Dienstleistungen, die Künstliche Intelligenz nutzen, nervös machen; ebenso viele Bundesbürger begeistern sich allerdings dafür (45 %). Das ist das Ergebnis einer Ipsos Umfrage zum Thema KI in 30 Ländern weltweit.

Zwar liegen beide Werte unter dem globalen Durchschnitt; aber auch weltweit halten sich Nervosität (53 %) und Begeisterung (52 %) die Waage. Am wenigsten angetan vom KI-Einsatz zeigen sich die Kanadier (31 %); in Europa sind es die Schweden (34 %) und Belgier (32 %).

Mehrheit der Deutschen glaubt, Vorteile der KI überwiegen die Nachteile

Drei von fünf Deutschen geben an, ein gutes Verständnis davon zu haben, was KI ist (59 % – global gesehen der fünftletzte Platz); ein Drittel der Bundesbürger kann diesem Punkt für sich nicht zustimmen (33 % | global 25 %). Zwei von fünf Befragten in Deutschland meinen zu wissen, in welchen Produkten und Services KI eingesetzt wird (40 %) – aber noch mehr geben an, sich nicht darüber klar zu sein (47 %).

Zugleich findet die Hälfte der Bundesbürger, dass die Vorteile der KI die Nachteile überwiegen (49 %); das ist ein Plus von 7 Prozentpunkten im Vergleich zu 2023, liegt aber unter dem globalen Durchschnitt von 56 Prozent.

Transparenz in Sachen KI ist den Deutschen dabei überaus wichtig – dies ist auch weltweiter Konsens. Vier von fünf Bundesbürgern (79 %) sind der Ansicht, dass die Nutzung von KI bei Produkten und Dienstleistungen offengelegt werden muss. Diese Zahl entspricht dem Durchschnitt über alle 30 befragten Länder.

Misstrauen gegenüber KI und KI-nutzenden Unternehmen

Beim Datenschutz ist das Vertrauen der Deutschen in die Politik größer als in die Unternehmen, die KI einsetzen: Zwei von fünf Bundesbürgern (41 %) glauben, dass Unternehmen die persönlichen Daten der Nutzer schützen; jeder Zweite hingegen (50 %) ist skeptisch. Größeres Vertrauen bringen die Bundesbürger der Politik entgegen: Hier denkt die Hälfte (49 %), dass die Regierung den Einsatz von KI regeln wird. Global ist das Vertrauen in die Politik mit 54 Prozent ebenfalls höher als das in Unternehmen (48 %).

KI ist im (Arbeits-)Leben der Deutschen angekommen – aber nicht bei der Mehrheit

Vier von zehn Deutschen (40 %) geben an, dass Produkte und Dienstleistungen, die KI nutzen, ihren Alltag in den vergangenen drei bis fünf Jahren bereits stark verändert haben – das ist ein Zuwachs von 7 Prozentpunkten seit 2023, liegt aber unter dem globalen Länderdurchschnitt von 53 Prozent. Deutlich mehr Menschen in Deutschland (59 %) glauben, dass sich ihr Leben durch den Einsatz von KI bei Dienstleistungen und Produkten in den kommenden Jahren noch stark verändern wird; im globalen

Länderdurchschnitt sind dies 67 Prozent.

Dass KI den eigenen Arbeitsplatz in den nächsten fünf Jahren verändern wird, sehen vier von zehn Bundesbürger (43 %) und damit 8 Prozentpunkte mehr als 2023; noch mehr Befragte (48 %) halten das allerdings für unwahrscheinlich. Dass solch eine Veränderung in eine positive Richtung geht, glauben 28 Prozent; die Hälfte der Deutschen hingegen meint, auch mit KI bleibe alles beim Alten. Dass KI gar den eigenen Job ersetzen kann, denkt nur eine Minderheit von 19 Prozent; drei Viertel der Bundesbürger (74 %) sehen dies nicht.

Fake News & Jobmarkt: Deutsche sehen negative Entwicklungen durch KI

Zwar vertraut knapp die Hälfte der Bundesbürger in die Fähigkeit von KI, Desinformationskampagnen zu bekämpfen (48 %) – dieser Wert ist allerdings so niedrig wie in keinem anderen Land der Welt (global 66 %). 46 Prozent der Deutschen sind der Ansicht, dass sich durch KI Desinformationen und Fake News im Internet verschlimmern werden. Auch beim Jobmarkt erwarten viele (38 %) eine Verschlechterung der Lage. Bei der Wirtschaft halten sich Optimismus und Pessimismus die Waage (je 28 %), jeder Dritte (32 %) glaubt zudem nicht an eine Veränderung.

40 Prozent der Deutschen sind der Meinung, dass sich persönliche Erledigungen durch den vermehrten Einsatz von KI effizienter gestalten lassen. Beim Unterhaltungsangebot sind es 44 Prozent. Immerhin ein Viertel der Bundesbürger erwartet durch KI in Zukunft auch Verbesserungen bei ihrer Gesundheit (26 %); jeder Zweite aber glaubt, es bleibe in diesem Bereich auch mit KI-Unterstützung alles beim Alten.

„Nach der initialen Euphorie im Hype um KI haben die Erwartungen und Befürchtungen ein realistisches Ausmaß erreicht. Die Angst, der eigene Job ist in Gefahr, weicht zunehmend mehr den Möglichkeiten, die im privaten und beruflichen Umfeld damit zusammenhängen. Jetzt ist die Zeit, die neuen Entwicklungen zunehmend produktiv auch in Unternehmen einzusetzen.“ kommentiert Dr. Markus Eberl, Chief Analytics Officer und KI-Verantwortlicher bei Ipsos in Deutschland.

Methode

Dies sind die Ergebnisse einer Umfrage in 30 Ländern, die von Ipsos auf der eigenen Online-Plattform Global Advisor und in Indien auf der eigenen Plattform IndiaBus zwischen Freitag, dem 21. März, und Freitag, dem 4. April 2025, durchgeführt wurde. Für diese Umfrage befragte Ipsos insgesamt 23.216 Erwachsene im Alter von 18 Jahren und älter in Indien, 18-74-Jährige in Kanada, der Republik Irland, Malaysia, Südafrika, der Türkei und den Vereinigten Staaten, 20-74-Jährige in Thailand, 21-74-Jährige in Indonesien und Singapur sowie 16-74-Jährige in allen anderen Ländern.

Die Stichprobe umfasst etwa 2.000 Personen in Japan, jeweils 1.000 Personen in Australien, Belgien, Brasilien, Kanada, Frankreich, Deutschland, Großbritannien, Italien, Spanien und den USA sowie jeweils 500 Personen in Argentinien, Chile, Kolumbien, Ungarn, Indonesien, Irland, Malaysia, Mexiko, den Niederlanden, Peru, Polen, Singapur, Südafrika, Südkorea, Schweden, der Schweiz, Thailand und der Türkei. Die Stichprobe

in Indien umfasst etwa 2.200 Personen, von denen etwa 1.800 persönlich befragt und 400 online befragt wurden. Die Stichproben in Argentinien, Australien, Belgien, Kanada, Frankreich, Deutschland, Großbritannien, Ungarn, Italien, Japan, den Niederlanden, Polen, Südkorea, Spanien, Schweden, der Schweiz und den USA können als repräsentativ für die allgemeine erwachsene Bevölkerung unter 75 Jahren angesehen werden. Die Stichproben in Brasilien, Chile, Kolumbien, Indonesien, Irland, Malaysia, Mexiko, Peru, Singapur, Südafrika, Thailand und der Türkei sind urbaner, besser ausgebildet und/oder wohlhabender als die allgemeine Bevölkerung. Die Umfrageergebnisse für diese Länder sollten als Ausdruck der Ansichten des „vernetzteren“ Teils ihrer Bevölkerung gesehen werden.

Kontakt

Ipsos Pressestelle
Rouven Freudenthal
rouven.freudenthal@ipsos.com
Mobil: +49 151 7420 2330

Auszug aus dem Fragebogen

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?

- Ich habe ein gutes Verständnis davon, was künstliche Intelligenz ist
- Ich weiß, welche Arten von Produkten und Dienstleistungen künstliche Intelligenz nutzen
- Produkte und Dienstleistungen, die künstliche Intelligenz nutzen, haben meinen Alltag in den letzten 3 bis 5 Jahren grundlegend verändert
- Produkte und Dienstleistungen, die künstliche Intelligenz nutzen, werden meinen Alltag in den nächsten 3 bis 5 Jahren grundlegend verändern
- Produkte und Dienstleistungen, die künstliche Intelligenz nutzen, haben mehr Vorteile als Nachteile
- Produkte und Dienstleistungen, die künstliche Intelligenz nutzen, machen mich nervös
- Produkte und Dienstleistungen, die künstliche Intelligenz nutzen, begeistern mich
- Ich vertraue Unternehmen, die künstliche Intelligenz nutzen, genauso wie anderen Unternehmen
- Ich vertraue darauf, dass Unternehmen, die künstliche Intelligenz nutzen, meine personenbezogenen Daten schützen
- Ich vertraue darauf, dass künstliche Intelligenz nicht diskriminiert oder Voreingenommenheit gegenüber manchen Kollektiven zeigt
- Ich vertraue darauf, dass die Menschen nicht diskriminieren oder Voreingenommenheit gegenüber manchen Kollektiven zeigen
- Produkte und Dienstleistungen, die künstliche Intelligenz nutzen, müssen diese Nutzung offenlegen
- Ich vertraue darauf, dass die Regierung von Deutschland KI verantwortungsvoll regulieren wird

Stimme voll und ganz zu
Stimme eher zu
Stimme eher nicht zu
Stimme überhaupt nicht zu
Bin mir nicht sicher

Für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass KI ggf. in den nächsten 5 Jahren Ihren derzeitigen Arbeitsplatz verändern wird?

Sehr wahrscheinlich
Relativ wahrscheinlich
Nicht sehr wahrscheinlich
Überhaupt nicht wahrscheinlich
Weiß nicht

Und für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass KI ggf. in den nächsten 5 Jahren Ihren derzeitigen Arbeitsplatz ersetzen wird?

Sehr wahrscheinlich
Relativ wahrscheinlich
Nicht sehr wahrscheinlich
Überhaupt nicht wahrscheinlich
Weiß nicht

Denken Sie, dass sich durch die zunehmende Nutzung künstlicher Intelligenz die folgenden Aspekte in den nächsten 3 bis 5 Jahren verbessern oder verschlechtern oder glauben Sie, dass sie gleich bleiben?

- Die Wirtschaft in Deutschland
- Der Arbeitsmarkt
- Meine Unterhaltungsmöglichkeiten (Fernsehen/Videoinhalte, Filme, Musik, Bücher)
- Die Zeit, die ich benötige, um Dinge zu erledigen
- Meine Gesundheit
- Meine Arbeit
- Die Menge der Fehlinformationen im Internet

Viel besser
Etwas besser
Wird gleich bleiben
Etwas schlechter
Viel schlechter
Weiß nicht

Wenn KI häufiger für die folgenden Zwecke eingesetzt werden würde, würde das dazu führen, dass Sie den Unternehmen und Marken, die KI verwenden, mehr, weniger oder genauso viel vertrauen?

- Erstellen von Bildern oder Videos für Werbung
- Verfassen von Produktbeschreibungen oder Anweisungen

- Verfassen von Produktrezensionen
- Verbessern von Produktbildern
- Deutlich mehr vertrauen
- Etwas mehr vertrauen
- Ungefähr genauso viel vertrauen
- Etwas mehr misstrauen
- Deutlich mehr misstrauen
- Weiß nicht

Wie Sie vielleicht wissen, werden KI-Tools bereits verwendet, um Text, Bilder, Videos und Filme zu erstellen. Bitte geben Sie für jeden der folgenden Punkte an, wie sehr Sie menschlich oder KI-gesteuerte Inhalte bevorzugen würden.

- Online-Nachrichtenartikel oder -Websites
- Kunden-Marketing-Websites
- Fotojournalismus oder Bilder für eine Nachrichtengeschichte
- Fotos und Illustrationen für künstlerische Zwecke
- Filme, die für Streaming-Netzwerke oder für die Theaterversion erstellt wurden
- Werbung, wie TV-Werbung oder Videoanzeigen auf sozialen Plattformen wie YouTube oder TikTok

Bevorzuge von Menschen erzeugte Inhalte deutlich

Bevorzuge eher von Menschen erzeugte Inhalte

Bevorzuge eher KI-basierte Inhalte

Bevorzuge KI-basierte Inhalte deutlich

Weiß nicht/keine Präferenz

KI wird derzeit oder könnte irgendwann für die folgenden Aufgaben verwendet werden. Wie wahrscheinlich ist es Ihrer Meinung nach, dass diese Aufgaben primär durch KI durchgeführt werden?

- Vorauswahl von Bewerbern
- Schreiben von Skripten für Filme oder Fernsehsendungen
- Erstellen realistischer Sportinhalte wie Tennismatches zwischen KI-generierten Spielern
- Erstellung politischer Werbung mit realistischen generierten Videos
- Unterstützung bei der Bestellannahme in Restaurants
- Verfassen von Nachrichten und Artikeln zur Veröffentlichung
- Erstellen von Inhalten für Markenwerbung
- Online-Suchergebnisse
- Bekämpfen von Desinformationskampagnen
- Gezielte Werbebotschaften

Sehr wahrscheinlich

Relativ wahrscheinlich

Nicht sehr wahrscheinlich

Überhaupt nicht wahrscheinlich

Weiß ich nicht

KI wird derzeit oder könnte irgendwann für die folgenden Aufgaben verwendet werden. Wie wohl fühlen Sie sich, wenn diese Aufgaben in erster Linie durch KI ausgeführt werden?

- Vorauswahl von Bewerbern
- Schreiben von Skripten für Filme oder Fernsehsendungen
- Erstellen realistischer Sportinhalte wie Tennismatches zwischen KI-generierten Spielern
- Erstellung politischer Werbung mit realistischen generierten Videos
- Unterstützung bei der Bestellannahme in Restaurants
- Verfassen von Nachrichten und Artikeln zur Veröffentlichung
- Erstellen von Inhalten für Markenwerbung
- Online-Suchergebnisse
- Bekämpfen von Desinformationskampagnen
- Gezielte Werbebotschaften

Sehr wohl

Wohl

Nicht besonders wohl

Überhaupt nicht wohl

Weiß ich nicht

Über Ipsos

Ipsos ist eines der größten Markt- und Sozialforschungsunternehmen der Welt mit rund 20.000 Mitarbeitenden und starker Präsenz in 90 Ländern.

1975 in Paris gegründet, wird Ipsos bis heute von Forscher:innen geführt. In Deutschland ist Ipsos mit über 500 Mitarbeitenden an fünf Standorten präsent: Hamburg, Berlin, München, Frankfurt und Nürnberg.

Die Expert:innen in Forschung und Analyse verfügen über das breite Know-how von Multi-Spezialist:innen, das tiefe Insights in Handlungen, Meinungen und Motivationen erlaubt und so ein wahres Verständnis von Gesellschaft, Märkten und Menschen vermittelt.

Ipsos hat die große Bandbreite von Lösungsansätzen in 13 Service Lines zusammengefasst und unterstützt damit über 5.000 Kunden weltweit.

Ipsos ist seit dem 1. Juli 1999 an der Euronext in Paris notiert. Das Unternehmen ist Teil des SBF 120 und des Mid-60 Index und hat Anspruch auf den Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.de | www.ipsos.com