

## PRESSEMITTEILUNG

# Neue Umfrage von nextMedia.Hamburg **Aufklärungsbedarf: Mehr als 80 Prozent der Befragten hat kein Vertrauen in KI-erstellte Inhalte**

- Künstliche Intelligenz wurde dieses Jahr an vielen Stellen zur Zukunft der Medienbranche erklärt, doch eine neue Umfrage<sup>1</sup> von nextMedia.Hamburg zeigt, wie viel Arbeit noch geleistet werden muss, ehe KI –generierte Inhalte von den Konsument\*innen angenommen werden
- Über 80 Prozent der Befragten geben an, dass sie nur geringes oder gar kein Vertrauen in Medieninhalte haben, die unter Zuhilfenahme von KI erstellt wurden
- Indes können sich nur etwa 3 Prozent der Befragten vorstellen, genauso viel für synthetische Medien zu bezahlen, wie für rein von Menschen erstellte Inhalte

**Hamburg, 19. Dezember 2023 – Künstliche Intelligenz hat im ausklingenden Jahr große Wellen in der Medienbranche geschlagen: Im Zuge des Releases von ChatGPT haben sich viele Expert\*innen und Medienschaffende positiv zu Wort gemeldet, was die Potenziale von Künstlicher Intelligenz für die Erstellung und Recherche von Inhalten angeht. Doch eine neue Umfrage zeigt, dass in der Bevölkerung noch viel Skepsis in Bezug auf KI-erstellte Inhalte herrscht.**

Wie eine neue Umfrage der Hamburger Standortinitiative nextMedia.Hamburg ergeben hat, stehen die Deutschen der KI-Innovationswelle skeptisch gegenüber. 82 Prozent der Befragten sagen aus, dass ihr Vertrauen in Medien, die unter Zuhilfenahme von KI erstellt worden sind, nur geringfügig oder gar nicht vorhanden ist. Nur 4,1 Prozent sagen aus, dass sie großes Vertrauen in synthetische Medien haben. Ein möglicher Grund für diese Extremwerte könnte das fehlende Bewusstsein über die Möglichkeiten und Grenzen von KI sein. So sind 13,1 Prozent der Befragten bezüglich ihres Vertrauens in KI-generierte Medien unentschlossen.

CIVEY UMFRAGE

**Wie groß ist Ihr Vertrauen in Medieninhalte, die mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz erstellt wurden?**



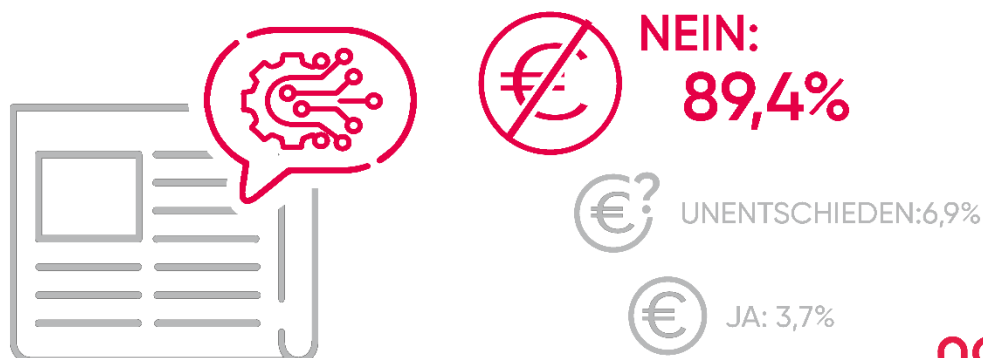
**Wird KI eine Generationsfrage?**

Entlang der Altersschichten der Befragten lässt sich ein kleiner Unterschied in Bezug auf das Vertrauen in KI erkennen: Unter den 18-29-Jährigen geben immerhin 8,1 Prozent der Befragten an, großes Vertrauen zu haben – ein Anteil, der mit zunehmendem Alter immer weiter absinkt, auf gerade mal knapp 2,1 Prozent unter den über 65-Jährigen.

Die Frage, ob sie Sorge haben, von KI-unterstütztem Journalismus manipuliert zu werden, bejahen ebenfalls rund 80 Prozent der Befragten, und hier ist die Polarisierung mit zunehmendem Alter sogar noch ausgeprägter: Während die 18-29-Jährigen nur zu 72,9 Prozent zustimmen, sind die über 65-Jährigen mit 85,2 Prozent auch hier skeptischer.

CIVEY UMFRAGE

**Wären Sie bereit, für Medieninhalte (z.B. Zeitungsartikel), die mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz erstellt wurden, genauso viel zu bezahlen, wie für rein von Menschen erstellte Inhalte?**



## Trotz Skepsis: Die Bevölkerung erkennt klare Mehrwerte von KI

So skeptisch die Befragten gegenüber Künstlicher Intelligenz in der Medienbranche sind, so erkennt doch ein verhältnismäßig großer Anteil unter ihnen die Vorteile, die KI der Branche liefern könnte. Mit 42 Prozent kann sich mehr als ein Drittel der Befragten vorstellen, dass der verstärkte KI-Einsatz Vorteile mit sich bringen würde – von besseren personalisierten Empfehlungen (7,8 Prozent) über eine bessere Nutzer\*innenerfahrung (10,4 Prozent) und eine schnellere Verfügbarkeit von Nachrichten (14,9 Prozent) bis hin zu niedrigeren Kosten für Nutzer\*innen (17,2 Prozent). Auch hier zeigt sich der Unterschied in den Altersgruppen: Unter den 18-29-Jährigen und den 30-39-Jährigen sind sogar mehr als 50 Prozent der Befragten von den möglichen Vorteilen von KI überzeugt, jeweils 46,2 und 43,5 Prozent.

### CIVEY UMFRAGE

## Welche dieser möglichen Mehrwerte erwarten Sie, wenn Künstliche Intelligenz künftig verstärkt in Medienunternehmen eingesetzt wird?



### → KEINEN MEHRWERT (50,8%)

- NIEDRIGERE KOSTEN FÜR NUTZER\*INNEN (17,2%)
- SCHNELLERE VERFÜGBARKEIT AKTUELLER MELDUNGEN (14,9%)
- BESSERE NUTZERERFAHRUNG (10,4%)
- HÖHERE QUALITÄT (Z.B. BESSERE BILDER) (8,9%)
- BESSERE PERSONALISIERTE EMPFEHLUNGEN (7,8%)

## Dringender Bedarf nach mehr Aufklärung

„Die Umfrage legt nahe, dass es zum Thema KI sowohl mehr Aufklärungs- als auch Regulierungsbedarf gibt“, sagt Dr. Nina Klaß, Leiterin von nextMedia.Hamburg zu den Ergebnissen. „Einige der Fragen zu KI konnten von über 10 Prozent der Befragten nicht beantwortet werden, bei anderen zeichnet sich eine starke Skepsis gegenüber KI-generierten Inhalten ab. Ein guter Anlass, um über künstlich generierte Inhalte zu diskutieren, ist das "Themenfestival KI" von nextMedia.Hamburg, bei dem sich die Medien- und Digitalbranche eine Woche lang zum Einsatz von KI austauscht.“

Interessierte können sich für den Newsletter von nextMedia.Hamburg anmelden, um als erste über den Anmeldestart des Themenfestivals informiert zu werden. Das Themenfestival ist ein Event der Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH und wird inhaltlich und organisatorisch von nextMedia.Hamburg und ihren Partnern Carlsen, Ströer, ARIC, nextReality, Bauer, Rocket Beans und vielen mehr umgesetzt. Finanziert durch die Behörde für Kultur und Medien Hamburg und den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE). Das Festival findet vom 19. - 23. Februar 2023 im SPACE statt.

<sup>1</sup> Das digitale Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Civey hat im Auftrag von nextMedia.Hamburg zwischen dem 15. und dem 17. Dezember 2023 über 5.000 Bundesbürger\*innen befragt. Der statistische Fehler der Gesamtergebnisse liegt bei 2,5 Prozent.

#### **Über nextMedia.Hamburg:**

nextMedia.Hamburg ist die Standortinitiative der Hamburger Medien- und Digitalwirtschaft. Sie wird von der Freien und Hansestadt Hamburg sowie engagierten Unternehmen und innovativen Akteur\*innen getragen und ist seit 2018 Teil der Hamburg Kreativ GmbH.

Kernaufgabe ist die Förderung und Unterstützung neuer, zukunftsfähiger Geschäftsmodelle an der Schnittstelle von Content und Technologie. Der Fokus liegt auf Innovationen, die sich aus der Digitalisierung und der damit verbundenen Konvergenz der Medienmärkte ergeben (z.B. aus Presse und Rundfunk, Werbung, Musik, Games, Film, Buch und Software). Dafür entwickelt nextMedia.Hamburg regelmäßig neue Programme. In einem starken Netzwerk mit Partner\*innen aus der Medien- und Digitalwirtschaft versteht sich die Initiative als Knotenpunkt und ist das europaweit größte und vielseitigste Netzwerk dieser Art.

Abonnieren Sie jetzt den Newsletter und erhalten Sie regelmäßig aktuelle Informationen aus der Medien- und Digitalbranche sowie zu unseren Programmen und Events. Weitere Informationen unter [www.nextmedia-hamburg.de](http://www.nextmedia-hamburg.de).

#### **Pressekontakte:**

Laura Grothaus  
Faktor 3 AG  
+49 40-67 94 46-6202  
[lgrothaus@faktor3.de](mailto:lgrothaus@faktor3.de)

Paula Lauterbach  
nextMedia.Hamburg  
+49 40-23 72 435 68  
[paula.lauterbach@nextmedia-hamburg.de](mailto:paula.lauterbach@nextmedia-hamburg.de)