

Studie zur KI-Technik

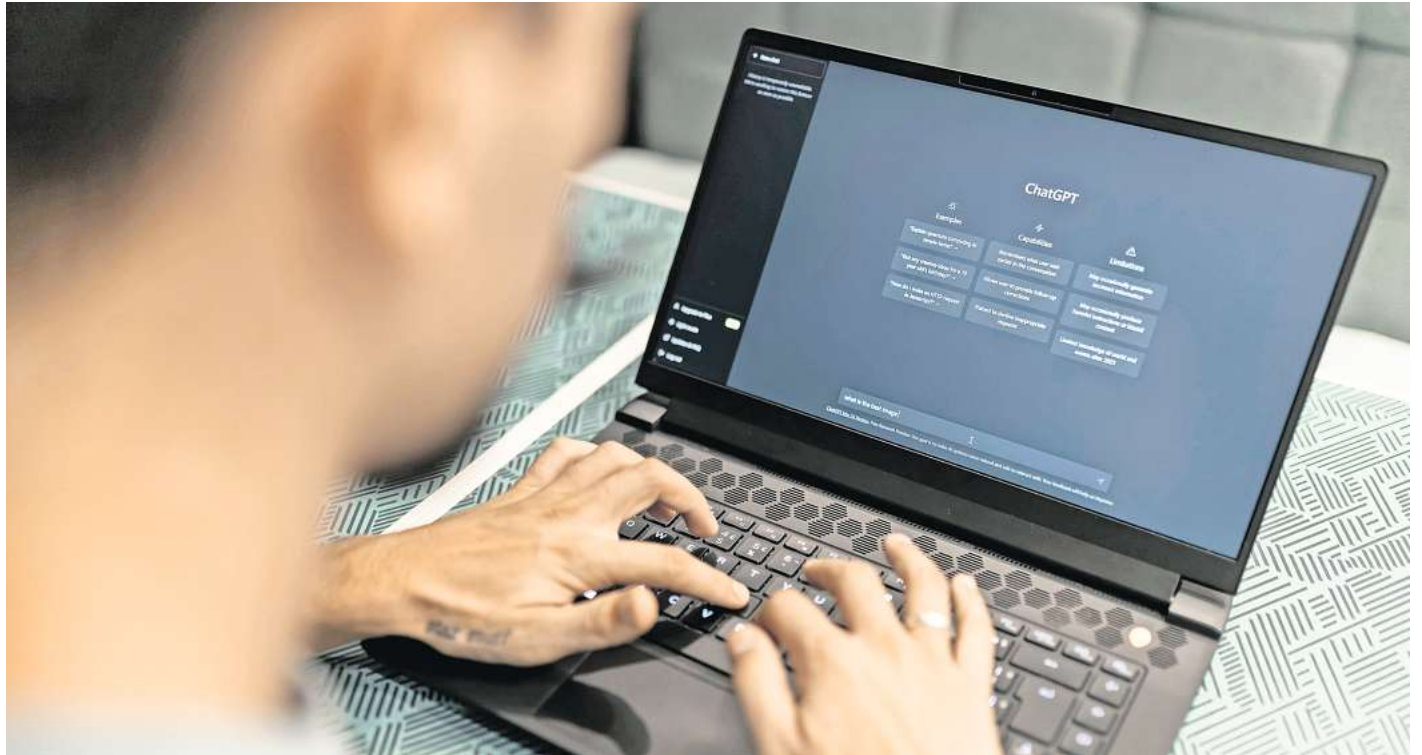
Besonders junge Menschen mit hohem Bildungsgrad nutzen **Künstliche Intelligenz** regelmäßig

VON LEONIE BEYERLEIN

Wie stehen Sie moderner Technik, der Digitalisierung und dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) gegenüber? Junge Menschen mit einem hohen formalen Bildungsgrad beantworten diese Frage mehrheitlich positiv, wie eine Studie der Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS) jüngst herausfand. Je jünger die Befragten und je höher ihr Bildungsabschluss, desto offener sind sie für KI, Digitalisierung und Technik. Ältere und Menschen mit geringem Bildungsgrad zeigen sich hingegen besorgt und ängstlich.

Für die Studie befragte die Konrad-Adenauer-Stiftung im Januar dieses Jahres 1522 Menschen ab 18 Jahren zu ihrer Wahrnehmung und dem Einsatz von KI und Technik sowie zur Digitalisierung. Das Veröffentlichungsdatum wurde bewusst gewählt: Gerade hat das EU-Parlament das weltweit erste KI-Gesetz verabschiedet. Darin wird der Einsatz von KI beispielsweise in der Strafverfolgung reguliert. Zudem müssen Entwickler zukünftig klar kennzeichnen, wenn Internetinhalte unter dem Einsatz von KI erstellt wurden.

Im Vergleich zur letzten KAS-Studie aus dem Jahr 2021 sind die Einstellungen der Befragten ähnlich geblieben: Demnach stimmen knapp 60 Prozent aller Befragten der Aussage zu, dass die Digitalisierung unsere Arbeit erleichtere. Erstmals wurden die Teilnehmenden gefragt, ob ihnen die Entwicklung von KI und deren Einsatz Angst mache. Beiden Aussagen stimmten 28 beziehungsweise 26 Prozent der Befragten zu.



Laut einer Studie sind besonders jüngere Befragte mit höherem Bildungsstand offen für KI, Digitalisierung und Technik.

SYMBOLFOTO: MATHEUS BERTELLI/PEXELS

Bei vielen Aussagen gehen die Einstellungen der Befragten je nach Bildungsabschluss und Alter deutlich auseinander. Am größten ist diese Differenz bei der Aussage „Die Technik ist so kompliziert geworden, dass ich oft nicht weiß, wie ich sie bedienen soll“: Unter Älteren und Personen mit niedrigem formalen Bildungsniveau (Volks-/Hauptschulabschluss) stimmte jeweils fast die Hälfte der Aussage zu, unter Jüngeren und Personen mit höherem Bildungsgrad (Abitur/Universitätsabschluss) nur jeweils 14 Prozent.

Bei den Erwartungen an KI halten sich positive und negative

Einstellungen die Waage. 37 Prozent aller Befragten kreuzten „teils-teils“ an bei der Aussage: „Künstliche Intelligenz wird vieles besser machen“. 29 Prozent stimmten der Aussage zu, 31 Prozent nicht. Dass KI mehr Probleme erschaffe als sie löse, dieser Aussage stimmte ein Viertel zu, 36 Prozent lehnen die Aussage ab. Rund ein Drittel antwortete mit „teils-teils“.

Studienteilnehmende mit hohem Bildungsabschluss sehen öfter Vorteile von KI für die Wirtschaft, Dienstleistungen und sich selbst als jene mit niedrigem Bildungsabschluss. Beispielsweise stimmten drei Vier-

tel aller Befragten mit Abitur oder Hochschulabschluss der Aussage zu, dass KI eher Vorteile für Neuerungen in der Produktion, Verfahren und Dienstleistungen bringe. Unter Befragten mit Volks- oder Hauptschulabschluss stimmte nur knapp die Hälfte der Aussage zu. Einzig im Bildungsbereich haben alle Befragten eine ähnliche Einstellung: Vorteile von KI sehen hier nur 46 Prozent der Personen mit hohem Bildungsgrad und 48 Prozent der Personen mit niedrigem Bildungsgrad.

Junge Menschen bis 29 Jahre nutzen KI im Alltag vor allem zum Übersetzen fremdsprach-

ger Texte und um einer KI wie ChatGPT eine Frage zu stellen. Mit dem Alter nimmt der Einsatz von KI im Alltag sukzessive ab.

Zugleich steigt der alltägliche Einsatz von KI mit dem Bildungsgrad. Der Einsatz von KI im Alltag hänge von der persönlichen Situation ab. So ist der Nutzen von Textübersetzungsprogrammen wie DeepL für Studierende größer als für Rentner. Die Autoren der Studie vermuten zudem, dass der Beruf Einfluss auf die Einstellung zu KI haben könnte. Politischen Handlungsbedarf sehen sie daher nicht.



Was beim Einkaufen zählt

Anzeigenblattleser sind bereits empfänglich für Sonderangebote (73,1% LpA). Trotzdem legen sie viel Wert auf Markenqualität und Umweltaspekte.

Quelle: Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter

- Werbung in **hallo** wochenende wird von den Lesern als besonders nützlich und informativ bewertet
- Mit uns erreichen Sie verschiedene Zielgruppen
- Mit hoher Lokalkompetenz und starkem Nutzwert sind wir ein Sprachrohr für die Menschen in der Region
- Kontrollierte und zuverlässige Verteilung, Prüfung durch die Weigel GmbH, ein unabhängiges Institut für Qualitätsmanagement

hallo wochenende