
Jahrbuch Qualität der Medien Studie 2/2024

Künstliche Intelligenz im Journalismus:
Wie sich die Akzeptanz in der Schweizer
Bevölkerung entwickelt



Künstliche Intelligenz im Journalismus: Wie sich die Akzeptanz in der Schweizer Bevölkerung entwickelt

Daniel Vogler, Silke Fürst, Mark Eisenegger, Quirin Ryffel, Linards Udris, Mike S. Schäfer

Zusammenfassung

Künstliche Intelligenz (KI) entwickelt sich rasant weiter und prägt immer mehr Bereiche im Journalismus, auch in der Schweiz. Bereits sind erste Richtlinien und Handlungsempfehlungen erschienen, wie der Journalismus mit KI umgehen und dies gegenüber dem Publikum offenlegen soll. Die vorliegende Studie setzt hier an und untersucht mit einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung, welche Erwartungen das Publikum beim Einsatz von KI im Journalismus hat. Wir schliessen dabei einerseits an Fragen zur Akzeptanz KI-generierter Textproduktion im Journalismus an, die wir in einer früheren Umfrage im Sommer 2023 gestellt hatten. Andererseits öffnen wir das Feld und untersuchen diverse Bereiche, in denen KI im Journalismus eingesetzt wird. Mit diesem doppelten Zugriff hat sich gezeigt: Die Akzeptanz für KI-generierte oder KI-unterstützte Textbeiträge ist nach wie vor relativ tief und hat sich im Vergleich zu 2023 kaum verändert. Nur 23,8% der Befragten würden Texte lesen, die vollständig von KI erstellt wurden. 53,6% der Schweizer:innen würden Medienbeiträge lesen, die Journalist:innen mit Unterstützung von KI verfasst haben. Die Zahlungsbereitschaft für KI-generierte oder KI-unterstützte Beiträge liegt nach wie vor deutlich unter der Zahlungsbereitschaft für Nachrichten, die ausschliesslich von Journalist:innen geschrieben wurden. Insgesamt ist die Schweizer Bevölkerung gegenüber dem Einsatz von KI im Journalismus weiterhin skeptisch eingestellt. Entsprechend erwarten die meisten Befragten von den Medienhäusern, dass der Einsatz von KI transparent deklariert wird. Diese Forderung nach Transparenz zielt nicht bloss darauf, ob KI einen Text (mit)geschrieben hat, sondern grundsätzlich auf alle Bereiche, in denen KI zur Anwendung kommt. Dabei sehen viele Menschen auch die Chancen, die KI für verschiedene Einsatzbereiche bietet. Eine Mehrheit der Befragten erachtet es als sinnvoll, KI für Übersetzungen, das Aufdecken von Falschinformationen auf Social Media, das Auswerten von Daten oder für das Recherchieren von Informationen einzusetzen. Gleichzeitig ist für neun von zehn Schweizer:innen klar, dass Journalist:innen stets die Informationen prüfen sollten, die von KI generiert wurden, und dass Schweizer Medien stets die Verantwortung für den Einsatz von KI tragen sollten. Diese klaren Erwartungen an Transparenz und Verantwortung sehen die Befragten aktuell aber von den Medien kaum erfüllt. Nur 21,2% meinen, dass die von ihnen am stärksten genutzten Medien verantwortungsvoll mit KI umgehen, und nur 12,1% sagen, dass diese Medien darüber berichten, wie sie KI konkret einsetzen und an welchen Richtlinien sie sich dabei orientieren. Insgesamt legen die Daten nahe, dass Schweizer Medien mittelfristig mit einer kritischen Perspektive des Publikums auf KI und auch zunehmenden Anforderungen an eine reflexive Berichterstattung und einen verantwortungsvollen Umgang mit KI rechnen müssen.

1 Einleitung

Bereits seit längerer Zeit setzen Journalist:innen KI- und Automatisierungstools auf vielfältige Art und Weise ein, etwa bei der Recherche, Textproduktion und Distribution von Inhalten (Carlson, 2015; Graßl et al., 2022). Das ist auch in der Schweiz der Fall (Arbeitsgruppe Künstliche Intelligenz, 2019; Porlezza et al., 2022; Vogler et al., 2024). Allerdings hat dieses Thema mit der Lancierung von ChatGPT im Herbst 2022 und der rasanten Weiterentwicklung generativer KI deutlich an Bedeutung und Dringlichkeit

gewonnen (Cecil, 2024). Viele Tagungen und Treffen der Schweizer Medienbranche kreisen jüngst um die Frage, welche Chancen und Gefahren der Einsatz von KI im Journalismus mit sich bringt. Zugleich haben Medienverbände, der Presserat sowie verschiedene Medienhäuser Richtlinien bzw. Handlungsempfehlungen dazu veröffentlicht, welche Verantwortung Medien im Umgang mit KI haben und inwiefern der Einsatz von KI gegenüber dem Publikum transparent kommuniziert werden soll (z.B. Ringier, 2023; SRG, 2024; Schweizer Presserat, 2024; VSM, 2023; Vogler et al., 2024). Sie betonen, dass Inhalte, die mit Unter-

stützung von KI hergestellt wurden, in sogenannten Human-in-the-Loop-Prozessen immer von Menschen geprüft werden sollten. Es besteht allerdings aktuell in der Schweizer Medienbranche noch kein Konsens darüber, wie genau mit KI umgegangen werden soll und welche Transparenz gegenüber dem Publikum herzustellen ist.

Journalistische Medien bewegen sich beim Einsatz von KI in einem Spannungsfeld. Einerseits will man das Innovationspotenzial nutzen, etwa zur Steigerung der Effizienz und Qualität der journalistischen Nachrichtenproduktion (VSM, 2023) oder zur Bekämpfung von Desinformationen auf Social-Media-Plattformen durch automatisiertes Fact-Checking (Cecil, 2024; Graves, 2018). Andererseits stehen den positiven Potenzialen Risiken gegenüber. Dazu gehören befürchtete negative Auswirkungen auf die Qualität der Inhalte, wie systematische Biases oder die Generierung von Falschinformationen durch generative KI (Porlezza et al., 2022; Porlezza, 2020; Widmer, 2024). Auch in der Politik wird diskutiert und geprüft, welche Auswirkungen KI auf die Gesellschaft generell (Der Bundesrat, 2023) und speziell auf den Schweizer Journalismus und die demokratische Meinungsbildung hat (EMEK, 2023; Widmer, 2023).

Doch wie nimmt die Schweizer Bevölkerung den Einsatz von KI im Journalismus wahr? Überblicksstudien haben verdeutlicht, dass die Forschung die Perspektive des Publikums, dessen Nutzungsinteressen und Erwartungen an einen transparenten Einsatz von KI immer noch zu wenig beleuchtet (Dörr, 2023; Siitonen et al., 2024). Die wenigen vorliegenden Studien hierzu legen nahe, dass viele Nutzer:innen den Einsatz von KI im Journalismus skeptisch sehen und Transparenz in Form einer entsprechenden Kennzeichnung erwarten (Fletcher & Nielsen, 2024; Kieslich et al., 2021; Vogler et al., 2023). In einer ländervergleichenden Studie (Fletcher & Nielsen, 2024) sagten jüngst zwei Drittel der Befragten, dass sie starke Auswirkungen von generativer KI auf den Journalismus erwarten. Zugleich gab nur eine Minderheit von 12–30% an, dass sie Vertrauen in den verantwortungsvollen Umgang der Nachrichtenmedien mit KI haben. Entsprechend tief fiel auch die Zahlungsbereitschaft für Nachrichten aus, die hauptsächlich mit KI generiert werden (durchschnittlich 8% der Befragten würden dafür zahlen). Das ist angesichts des in

vielen Ländern zurückgehenden Nachrichteninteresses und -vertrauens ein Problem und könnte auch die ohnehin geringe Zahlungsbereitschaft für Onlinejournalismus weiter schwächen (Fletcher & Nielsen, 2024; Reuters Institute, 2024).

Im letzten Jahrbuch haben wir die Akzeptanz der Schweizer Bevölkerung gegenüber KI mit einer ersten Studie empirisch untersucht. Gemäss unserer repräsentativen Befragung zeigte sich nur knapp ein Drittel der Schweizer Bevölkerung bereit, Texte zu nutzen, die vollständig durch KI generiert wurden (Vogler et al., 2023). Auch schätzten die Befragten die Auswirkungen von KI auf die Nachrichtenqualität insgesamt eher negativ ein und erwarteten, dass mit dem zunehmenden Einsatz von KI in der Nachrichtenproduktion vermehrt Falschnachrichten in der Berichterstattung auftauchen würden. Diese ersten Erkenntnisse gilt es nun zu differenzieren und zu vertiefen. Entsprechend setzen wir mit dieser zweiten Studie auf Basis einer repräsentativen Onlinebefragung der Schweizer Bevölkerung unsere Forschung zur Publikumswahrnehmung von KI im Journalismus fort. Die Entwicklungen im KI-Bereich sind aktuell äusserst dynamisch und können sich auch auf die Wahrnehmung der neuen Technologie auswirken. Um Veränderungen der Einstellungen gegenüber KI im Journalismus messen zu können, verwendeten wir deshalb bestimmte Fragen analog zur letztjährigen Studie (Vogler et al., 2023). Gleichzeitig erweiterten wir das Untersuchungsdesign um zusätzliche Erhebungsdimensionen. So fragten wir im Unterschied zur Studie von 2023 die Akzeptanz von KI in der gesamten journalistischen Wertschöpfungskette ab (Schützeneder et al., 2024) und fokussierten nicht nur auf den Einsatz von KI zur journalistischen Textproduktion.

Unsere Studie behandelt vor diesem Hintergrund folgende Fragen: Inwieweit hat sich die Akzeptanz von KI in der Schweizer Bevölkerung im letzten Jahr verändert? Welche Chancen und Risiken sehen Schweizer:innen für den Journalismus, wenn KI eingesetzt wird? Bezieht sich die skeptische Haltung vor allem auf die automatisierte Textproduktion oder auch auf andere Einsatzgebiete entlang der journalistischen Wertschöpfungskette, einschliesslich Recherche, Distribution und Publikumsinteraktion? Welche Formen von Transparenz gegenüber KI erwartet das Publikum, und wie gross ist die Zahlungs-

bereitschaft für News, die mit KI erstellt wurden? Welche konkreten Erwartungen an die Rolle von Journalist:innen bestehen beim Schweizer Publikum im Umgang mit KI?

2 Methode

Für die vorliegende Studie wurde eine Onlinebefragung in der Deutschschweiz und der Suisse romande durchgeführt. Als Grundgesamtheit wurde die Schweizer Wohnbevölkerung der beiden untersuchten Sprachregionen definiert, die das Internet nutzen und zwischen 16 und 79 Jahre alt sind. Um die Struktur dieser Wohnbevölkerung repräsentativ abzubilden, wurden gekreuzte Quoten für die Sprachregion, das Geschlecht sowie drei Altersgruppen auf Basis aktueller Zahlen des Bundesamts für Statistik gebildet (BFS, 2023a). Zudem wurden Bildungsquoten für die höchste abgeschlossene Ausbildung eingesetzt (Obligatorische Schule, Sekundarstufe II, Tertiärstufe; vgl. BFS, 2023b). Die Datenerhebung fand vom 5. Juli bis zum 15. Juli 2024 statt. Die Beantwortung der Fragen dauerte durchschnittlich rund 13 Minuten. Die Teilnehmer:innen wurden über das Panel des Marktforschungsinstituts Bilendi rekrutiert. Insgesamt haben 1287 Personen den Fragebogen komplett ausgefüllt. Daraus ergibt sich eine Stichprobe mit einer Fehlertoleranz von $\pm 3\%$. Einige Fragen aus der Untersuchung von 2023 wurden dieses Jahr wiederholt. In Bezug auf verschiedene Untersuchungsvariablen können die Daten deshalb mit den Resultaten aus der Studie von Vogler et al. (2023) verglichen werden, die im Juli 2023 mit einer repräsentativen Stichprobe desselben Anbieters, aber nicht mit denselben Personen durchgeführt wurde.

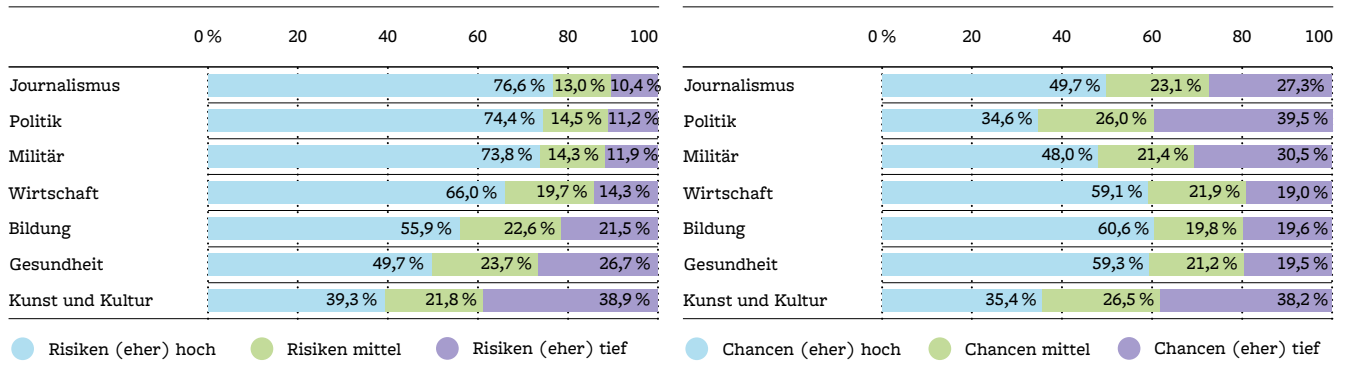
Ziel der Studie war es, die Einstellungen der Schweizer Bevölkerung zu KI im Journalismus zu ermitteln. Um verschiedene Aspekte valide zu untersuchen, gliederten wir die Umfrage in drei Teile: Der erste Teil der Umfrage erfolgte ungestützt. Die Teilnehmer:innen wurden nach ihren Einschätzungen zu Chancen und Risiken von KI für verschiedene Gesellschaftsbereiche gefragt, ohne dass sie über das Thema der Studie informiert wurden. Der zweite Teil fokussierte auf die Verwendung von KI für die journalistische Produktion von Texten. Dazu wurde den Befragten eine Definition zu KI für die Textprodukti-

on angezeigt (Vogler et al., 2023). Dieser Teil entsprach somit exakt der Befragung des Vorjahres. Damit ist es möglich, Veränderungen aufzuzeigen. Im neu ergänzten dritten Teil berücksichtigten wir die gesamte Wertschöpfungskette. Die Befragten wurden zu Beginn dieses Teils explizit darauf hingewiesen, dass KI im Journalismus nicht bloss für das Schreiben von Medienbeiträgen, sondern für verschiedene Tätigkeiten eingesetzt wird.

Sämtliche Frageformulierungen und Antwortoptionen können im Fragebogen nachgesehen werden, der online zur Verfügung steht (<https://doi.org/10.5167/uzh-261113>). Alle in dieser Studie verwendeten Items wurden mit Skalen von 1 (z.B. «stimme überhaupt nicht zu», «gar nicht») bis 7 (z.B. «stimme voll und ganz zu», «sehr stark») gemessen. Die Werte 1–3 wurden in den Auswertungen als Ablehnung zur jeweiligen Frage zusammengefasst («nein»/«eher nein»), die Werte von 5 bis 7 als Zustimmung («ja»/«eher ja»). Befragte, welche die Mittelkategorie 4 (interpretiert als «weder noch»/«mittel») oder, wenn vorhanden, die Option «weiss nicht» wählten, werden separat ausgewiesen. Für die Studie unterscheiden wir grundsätzlich zwischen drei Formen von Inhalten: 1) die vollständig durch KI erstellt wurden (KI-generiert), 2) die mit Unterstützung von KI durch Journalist:innen erstellt wurden (KI-unterstützt), 3) die von Journalist:innen ohne Hilfe von KI erstellt wurden (ohne KI).

3 Resultate

In diesem Kapitel werden die Resultate der Befragung präsentiert. Zunächst wird untersucht, wie Personen in der Schweiz Risiken und Chancen von KI im Journalismus im Vergleich zu anderen gesellschaftlichen Bereichen einschätzen und welche Effekte sie auf die Qualität der Berichterstattung erwarten (3.1). Daraufhin zeigen wir Befunde zum eingeschätzten Einsatz von KI im Journalismus und zu den Nutzungsabsichten der Befragten (3.2 und 3.3). Sodann prüfen wir, ob die Befragten bereit wären, für KI-generierte oder KI-unterstützte Beiträge zu bezahlen, und inwieweit sie befürworten, dass Anbieter von Journalismus dafür entschädigt werden sollten, wenn KI-Tools bzw. Tech-Plattformen ihre Inhalte verwerten (3.4). Weiterhin fragen wir, welche Publi-



Darstellung 1: Risiken und Chancen von KI für verschiedene Gesellschaftsbereiche

Die Darstellung zeigt, wie die Befragten die Risiken (links) und Chancen (rechts) von KI für verschiedene Gesellschaftsbereiche einschätzen (n = 1287). *Lesebeispiel:* 76,6% der Befragten schätzen die Risiken von KI für den Journalismus als eher hoch oder hoch ein. 49,7% der Befragten schätzen die Chancen von KI für den Journalismus als eher hoch oder hoch ein.

kumsakzeptanz der Einsatz von KI für unterschiedliche Tätigkeiten entlang der journalistischen Wertschöpfungskette hat und welche Erwartungen bezüglich Transparenz bestehen (3.5 und 3.6). Schliesslich wird beleuchtet, wie das Publikum die Rolle von Journalist:innen im Umgang mit KI beurteilt (3.7).

3.1 Einschätzungen der Chancen und Risiken von KI

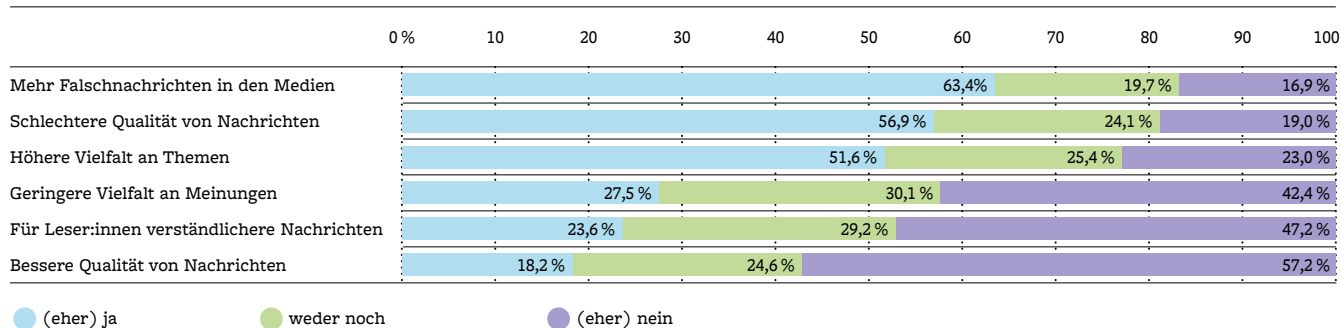
Zunächst ermittelten wir, wie die Befragten die Chancen und Risiken von KI für verschiedene Bereiche der Gesellschaft einschätzen. Dabei wussten die Teilnehmer:innen noch nicht, dass die Untersuchung auf KI im Journalismus fokussiert. Am stärksten stuften die Befragten die Risiken für den Journalismus ein (vgl. Darstellung 1). Drei Viertel (75,6%) schätzen die Risiken von KI für den Journalismus als hoch ein. Damit liegt der Journalismus knapp vor den Bereichen Politik (74,4%) und Militär (73,8%). Etwas geringere Risiken werden in der Wirtschaft (66,0%), Bildung (55,9%) und Gesundheit (49,7%) gesehen. Die geringsten Risiken bestehen nach Wahrnehmung der Befragten für Kunst und Kultur (39,3%).

Bezüglich der Chancen von KI liegt der Journalismus im Mittelfeld. Knapp die Hälfte der Befragten (49,7%) ist der Meinung, dass diese für den Journalismus eher hoch sind. Die Befragten schätzen somit die Chancen von KI für den Journalismus deutlich

geringer ein als die Risiken. Die grössten Chancen sehen sie in den Bereichen Bildung (60,6%), Gesundheit (59,3%) und Wirtschaft (59,1%). Weniger Chancen verorten sie bei Militär (48,0%), Politik (34,6%) sowie Kunst und Kultur (35,4%).

Insgesamt schätzen die Befragten für die meisten Bereiche die Risiken grösser ein als die Chancen. Lediglich in Bezug auf Gesundheit und Bildung überwiegen die wahrgenommenen Chancen gegenüber den Risiken von KI.

Um die Risiken und Chancen im Journalismus besser einordnen zu können, baten wir die Befragten auch um eine Einschätzung der Effekte von KI auf die Qualität der journalistischen Berichterstattung. Um nicht einseitig auf Risiken zu fokussieren, fragten wir auch nach positiven Effekten, die in der Branche und in der Wissenschaft diskutiert werden (Vogler et al., 2024). Insgesamt antizipieren die Teilnehmer:innen der Umfrage deutlich stärker negative als positive Effekte auf die Qualität der Berichterstattung (vgl. Darstellung 2). 56,9% der Befragten sind der Meinung, dass sich bei einem zunehmenden Einsatz von KI die Qualität der Nachrichten verschlechtern würde. 63,9% denken, dass KI im Journalismus zu mehr Falschnachrichten in den Medien führt. Dies ist eine Einschätzung, die auch mit der Debatte um die Produktion von Falschnachrichten durch KI-Tools wie ChatGPT (sogenanntes Halluzinieren) zusammenhängen dürfte (Schwendener, 2024; Widmer, 2024). Positiver beurteilt das Publi-



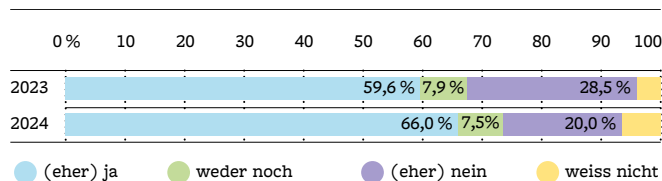
Darstellung 2: Erwartete Effekte von KI auf die Qualität von Nachrichten

Die Darstellung zeigt, wie die Befragten die Effekte von KI auf unterschiedliche Aspekte der Qualität von Nachrichten einschätzen (n = 1254).
Lesebeispiel: 56,9% der Befragten erwarten, dass ein zunehmender Einsatz von KI zu einer schlechteren Qualität von Nachrichten führen würde.

kum die möglichen Effekte von KI auf die journalistische Vielfalt. Rund die Hälfte (51,6%) ist der Meinung, dass ein zunehmender Einsatz von KI die Themenvielfalt erhöhen würde. Die Befragten sehen zudem eher geringe Risiken von KI für die Vielfalt von Meinungen in der Berichterstattung: Nur 27,5% stimmen der Aussage zu, dass KI die Meinungsvielfalt verringern wird. Allerdings sind auch nur 23,6% der Befragten der Ansicht, dass der Einsatz von KI die Verständlichkeit von Nachrichten verbessern würde. Schliesslich pflichten gerade einmal 18,2% der allgemeinen Aussage bei, dass die zunehmende Verwendung von KI im Journalismus zu einer höheren Qualität von Nachrichten beitragen wird.

3.2 Einschätzung des Einsatzes von KI im Journalismus

Wir haben auch in diesem Jahr erhoben, ob die Befragten wissen, dass KI im Journalismus zur Textproduktion eingesetzt wird. Zwei Drittel waren sich dessen bewusst (66,0%) (vgl. Darstellung 3). Im Vergleich zur Messung aus dem Jahr 2023 bedeutet dies eine Zunahme um 6,4 Prozentpunkte (PP). Dass KI im Journalismus zur Textproduktion verwendet wird, wird also in der Schweizer Bevölkerung zunehmend bekannter.

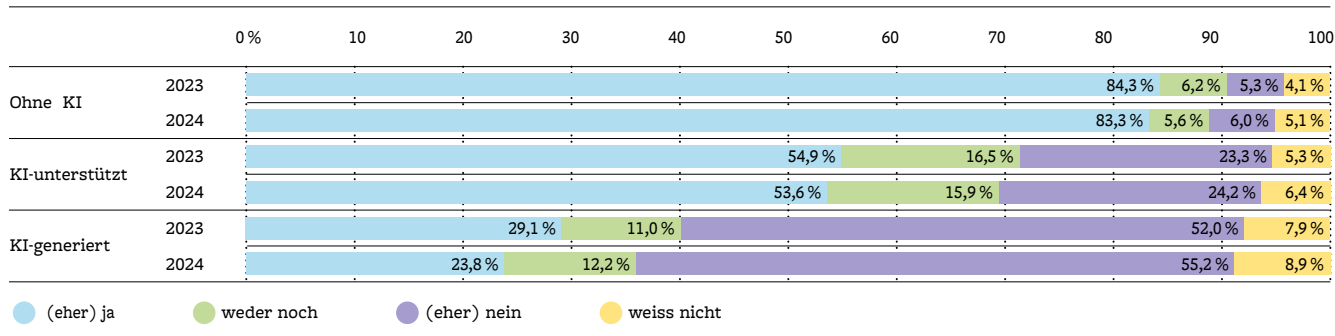


Darstellung 3: Einschätzung des Einsatzes von KI zur journalistischen Textproduktion

Die Darstellung zeigt, ob die Befragten schon davon gehört haben, dass Medienbeiträge mit KI erstellt wurden (n = 1287).

Lesebeispiel: Im Jahr 2024 geben 66,0% der Befragten an, davon gehört zu haben, dass KI zur Produktion von journalistischen Inhalten verwendet wird. Im Jahr 2023 waren es noch 59,6% der Befragten.

Allerdings sagten 2024 nur knapp ein Drittel der befragten Personen (31,1%), bereits Texte gelesen zu haben, die ihrer Meinung nach mit KI geschrieben wurden. 43,2% wählten die Antwortoption «weiss nicht» (ohne Darstellung). Bezüglich der Autorenschaft von KI-generierten journalistischen Inhalten herrscht offenbar in weiten Teilen der Schweizer Bevölkerung eine starke Unsicherheit. Menschen fällt es also schwer abzuschätzen, ob sie Beiträge genutzt haben, die mittels KI geschrieben wurden.



Darstellung 4: Beabsichtigte Nutzung von KI-Beiträgen

Die Darstellung zeigt, wie sehr die Befragten bereit sind, journalistische Inhalte zu lesen, die ohne KI, mit Unterstützung von KI oder vollständig durch KI geschrieben wurden (n = 1287).

Lesebeispiel: Im Jahr 2024 würden 23,8% der Befragten Medienbeiträge lesen, die integral bzw. vollständig von KI geschrieben wurden. Im Jahr 2023 waren es noch 29,1% der Befragten.

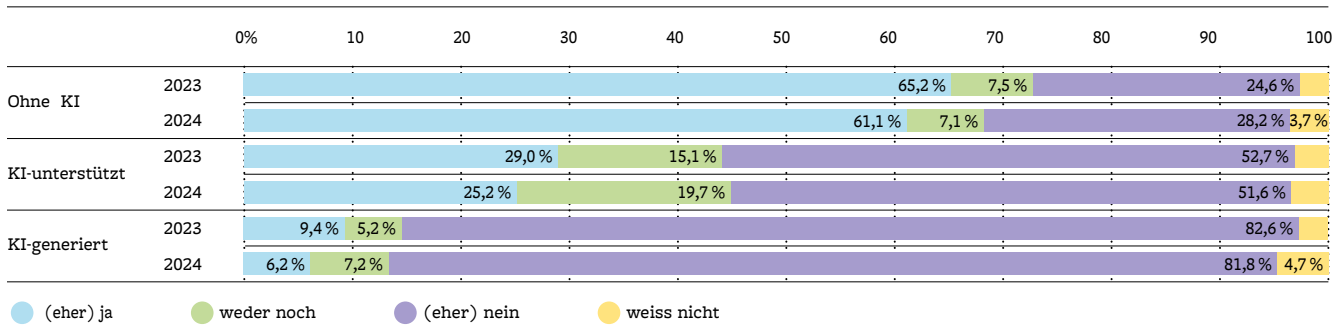
3.3 Beabsichtigte Nutzung von KI-Beiträgen

In einem nächsten Schritt haben wir wie im Vorjahr erhoben, welche Texte die Befragten nutzen würden: Texte, die vollständig durch KI (KI-generiert), mit Unterstützung von KI (KI-unterstützt) oder aber ohne den Einsatz von KI (ohne KI) geschrieben wurden (vgl. Darstellung 4). Auch hier können wir die Resultate aus den Jahren 2023 und 2024 miteinander vergleichen. Dabei zeigt sich eine sehr deutliche und im Jahresvergleich stabile Präferenz der Nutzer:innen für Medienbeiträge, die ohne KI geschrieben wurden. 83,3% der Befragten würden Medienbeiträge lesen, die ohne KI erstellt wurden. Noch 53,6% der Schweizer:innen würden Medienbeiträge lesen, die Journalist:innen mit Unterstützung von KI verfasst haben. Auch diese Werte sind im Zeitvergleich praktisch identisch. Die Präferenz für Beiträge, die von KI generiert werden, ist hingegen weiter zurückgegangen. 2024 geben nur noch 23,8% der Befragten an, dass sie Texte lesen würden, die vollständig von KI erstellt wurden (-5,3 PP). Da Schweizer Medien KI bislang primär unterstützend einsetzen (Vogler et al., 2024), ist die relativ stabile Präferenz des Publikums für KI-unterstützte Beiträge ein tendenziell positives Signal. Allerdings hat sich die Akzeptanz für solche Beiträge im Jahresvergleich nicht erhöht und ist deutlich geringer als für Beiträge, die von Journalist:innen ohne Hilfe von KI geschrieben wurden.

3.4 Zahlungsbereitschaft für KI-Beiträge und Befürwortung von Entschädigungen

Frägt man die Schweizer:innen danach, ob sie bereit sind, für KI-generierte oder KI-unterstützte Beiträge zu bezahlen, zeigen sich markante Unterschiede (vgl. Darstellung 5). Erneut können wir Parallelen zu den Vorjahreswerten ziehen. Die Zahlungsbereitschaft für KI-generierte Inhalte fällt sehr gering aus und ist im Jahresvergleich sogar leicht rückläufig. 2023 waren noch 9,4% der Befragten grundsätzlich bereit, für Texte zu bezahlen, die vollständig durch KI generiert wurden. Im Jahr 2024 liegt dieser Wert bei 6,2% (-3,2 PP). Rund ein Viertel der Befragten (25,2%) gibt an, für Inhalte bezahlen zu wollen, die mit Unterstützung von KI erstellt wurden – also für Inhalte, wie sie von vielen Schweizer Medien angeboten werden. Auch dieser Anteil ist rückläufig (-3,8 PP). Für Inhalte, die ohne KI produziert wurden, ist die Zahlungsbereitschaft am grössten. Gemäss Selbstauskunft würden 61,1% der Befragten für journalistische Inhalte bezahlen, die ohne KI geschrieben wurden. Allerdings ist auch dieser Wert im Jahresvergleich rückläufig (-4,1 PP).

Die in dieser Studie ausgewiesene Zahl von 61,1% (Zahlungsbereitschaft für journalistische Inhalte) liegt aus zwei Gründen deutlich höher als die im Digital News Report (Reuters Institute, 2024) ermittelten 17,0%. Erstens bezieht sich der Wert un-



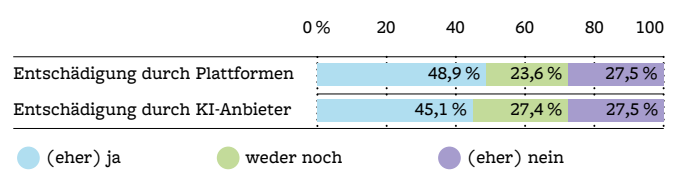
Darstellung 5: Zahlungsbereitschaft für KI-Beiträge

Die Darstellung zeigt, wie sehr die Befragten bereit sind, für journalistische Inhalte zu bezahlen, die ohne KI, mit Unterstützung von KI oder vollständig durch KI generiert wurden (n = 1287).

Lesebeispiel: Im Jahr 2024 würden 6,2% der Befragten für Medienbeiträge bezahlen, die vollständig durch KI geschrieben wurden. 2023 waren es noch 9,4% der Befragten.

rer Befragung anders als im Digital News Report auf das Bezahlen für Journalismus in Online- und Offlinekanälen und nicht nur auf Onlinenachrichten. Zweitens greift unsere Befragung die mögliche Bereitschaft zum Zahlen ab («Wären Sie bereit?») und nicht, wie im Digital News Report, das erfolgte Zahlungsverhalten («Haben Sie bezahlt?»).

KI-Anbieter wie OpenAI oder Google verwenden Inhalte von journalistischen Medien für ihre Tools und Trainingsmodelle, meist ohne dafür zu bezahlen. Eine Kompensation dieser Verwendung wäre eine zusätzliche Einnahmequelle für den Journalismus. Wir ermittelten daher auch, ob Anbieter von KI-Tools aus Sicht der Schweizer Bevölkerung die Medienanbieter für die Benutzung ihrer Inhalte entschädigen sollten. Die Resultate zeigen: Etwas weniger als die Hälfte der Befragten (45,1%) ist der Meinung, dass die Anbieter von Journalismus entschädigt werden sollten, wenn ihre Inhalte für KI-Tools eingesetzt werden (vgl. Darstellung 6). Insgesamt 27,4% sind (eher) dagegen, 27,5% positionieren sich dazwischen. Um einen Referenzwert zu erhalten, stellten wir die gleiche Frage bezüglich der Tech-Plattformen wie Google und Facebook (Meta). Auch sie übernehmen journalistische Inhalte, beispielsweise für Textvorschauen (sogenannte Snippets), ohne dafür zu bezahlen. Die Befragten stimmen einer Kompensation von Medienanbietern durch Tech-Plattformen mit 48,9% etwas stärker zu als einer Kompensation durch KI-Anbieter. Die Gruppe der Befragten, die



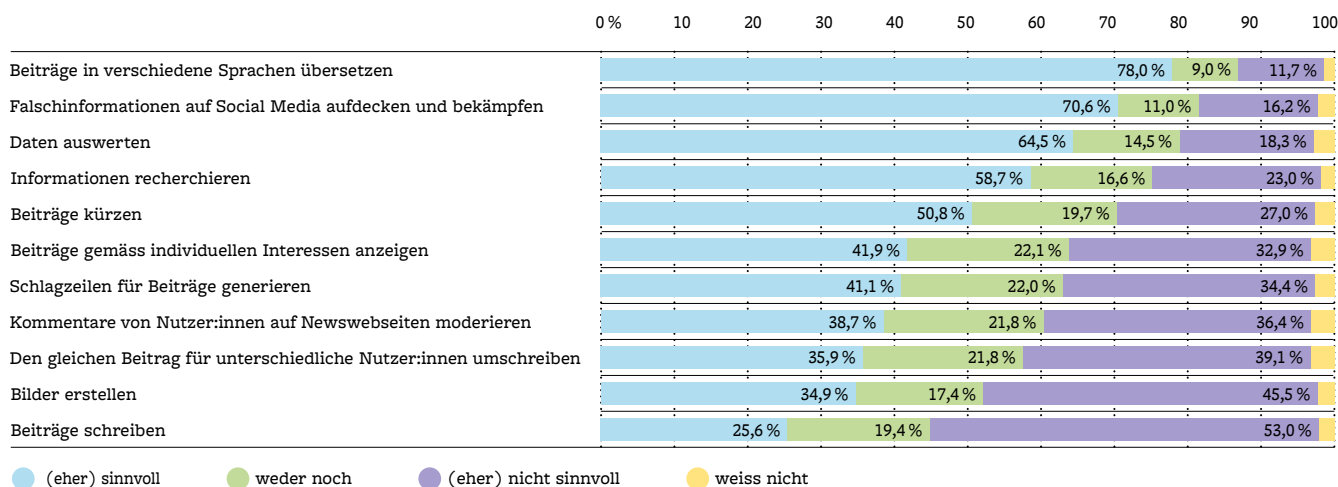
Darstellung 6: Befürwortung einer Entschädigung von Anbietern von Journalismus durch KI-Anbieter und Tech-Plattformen

Die Darstellung zeigt, ob nach Meinung der Befragten die Anbieter von KI-Tools bzw. Tech-Plattformen die Anbieter von Journalismus entschädigen sollten, wenn sie auf deren Inhalte zurückgreifen (n = 1254).

Lesebeispiel: 45,1% der Befragten sind der Meinung, dass Anbieter von KI-Tools die Anbieter von Journalismus entschädigen sollten, wenn sie für ihre Tools auf journalistische Inhalte zurückgreifen. Einer solchen Entschädigung durch Tech-Plattformen stimmen 48,9% der Befragten zu.

sich in der Mitte positioniert, ist bei Tech-Plattformen mit 27,4% etwas grösser. Der Anteil, der gegen eine Entschädigung ist, ist in beiden Fällen gleich gross (jeweils 27,5%).

In der Erhebung 2023 hatten wir den Teilnehmer:innen eine ähnliche Frage gestellt. Wir fragten dabei aber nach Entschädigungen für «Medien und Journalist:innen», und nicht, wie dieses Jahr, nach Entschädigungen für die «Anbieter von Journalismus». Im Jahr 2023 waren 61,3% der Befragten (eher) dafür, dass KI-Anbieter die Medien und Journalist:innen dafür entschädigen sollten, wenn sie ihre Inhalte für ihre Tools verwenden. Die Akzeptanz für eine Kompensation für journalistische In-



Darstellung 7: Beurteilung der Einsatzbereiche von KI im Journalismus

Die Darstellung zeigt, wie sinnvoll die Befragten den Einsatz von KI für unterschiedliche Bereiche und redaktionelle Prozesse im Journalismus erachten (n = 1287).

Lesebeispiel: 64,5% der Befragten schätzen es als sinnvoll ein, wenn KI im Journalismus für das Auswerten von Daten eingesetzt wird. Den Einsatz von KI für das Schreiben von journalistischen Beiträgen halten lediglich 25,6% für sinnvoll.

halte durch KI-Anbieter scheint tiefer zu sein, wenn man es auf Anbieter von Journalismus, also die Medienorganisationen, einschränkt.

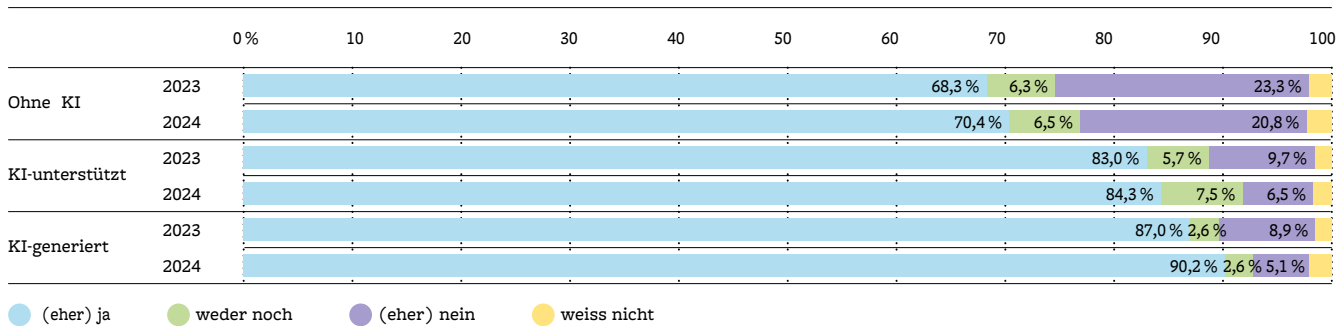
3.5 Einsatzbereiche von KI im Journalismus

Schweizer Medienhäuser setzen KI bereits für zahlreiche Aufgaben ein. Darunter fallen die Recherche, Datenanalysen, Textproduktion, die (personalisierte) Distribution von Inhalten oder Übersetzungen. Wir wollten von den Befragten daher in einem nächsten Schritt wissen, wie sie den Einsatz von KI für diese unterschiedlichen Bereiche beurteilen.

Es zeigt sich: Je stärker der Einsatz von KI die Nachrichteninhalte direkt betrifft, umso kritischer wird er bewertet (vgl. Darstellung 7). Keine Akzeptanz bei der Mehrheit (41,1%) findet der Einsatz von KI für das Generieren von Schlagzeilen für Beiträge – einen Arbeitsschritt also, der bis zu einem gewissen Grad bereits das Erstellen von Inhalten umfasst. Nochmals geringer ist die Akzeptanz für das Umschreiben von Beiträgen für unterschiedliche Nut-

zer:innen mittels KI (35,9%). Am tiefsten ist die Zustimmung für das Schreiben von Beiträgen. Nur ein Viertel (25,6%) empfindet es als sinnvoll, hierfür KI einzusetzen. Dies ist ein Wert, der mit der abgefragten Nutzungsabsicht für ausschliesslich mit KI generierte Beiträge (23,9%) korrespondiert. Zu diesem Befund passt auch, dass die Verwendung von KI für das Erstellen von Bildern kritisch gesehen wird. Lediglich 34,9% der Befragten bewerten dies als sinnvoll. Diese kritische Perspektive dürfte vermutlich auch mit der medialen Debatte um Desinformation durch manipulierte Bilder und Deepfakes zusammenhängen.

Dagegen ist beim Übersetzen von Beiträgen in verschiedene Sprachen, also einer Tätigkeit, die sich weniger stark auf die Inhalte auswirkt, die Akzeptanz mit 78,0% am höchsten. Eine relativ hohe Akzeptanz beim Publikum geniesst der Einsatz von KI auch für journalistische Aufgaben, die im weitesten Sinn die Aufbereitung und Gewinnung von Informationen betreffen. 64,5% der Befragten finden es sinnvoll, dass KI für das Auswerten von Daten verwendet wird. Nur leicht tiefer (58,7%) fällt die Akzeptanz für den Einsatz von KI beim Recherchieren von Informationen



Darstellung 8: Erwartung an die Deklaration von KI-Beiträgen

Die Darstellung zeigt, inwieweit die Befragten von Medien erwarten, dass sie deklarieren, wenn journalistische Inhalte ohne KI, mit Unterstützung von KI oder vollständig von KI geschrieben wurden (n = 1287).

Lesebeispiel: Im Jahr 2024 erwarten 84,3 % der Befragten, dass Medienhäuser ausweisen, wenn ihre Medienbeiträge mit Unterstützung von KI geschrieben wurden. Im Jahr 2023 waren es 83,0 %.

aus. Für das Bekämpfen und Aufdecken von Falschinformationen auf Social Media ist der Einsatz von KI sogar stark akzeptiert (70,6%). Immerhin die Hälfte der Befragten (50,8%) findet es sinnvoll, KI für das Kürzen von Beiträgen einzusetzen.

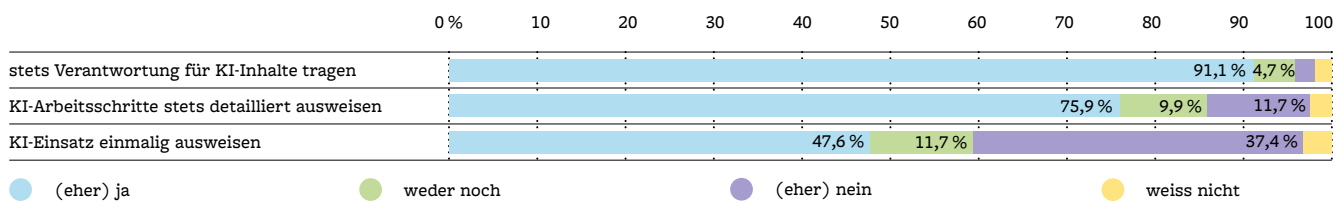
Ein weiterer Bereich, für den KI von Medienhäusern eingesetzt wird, ist das Anzeigen von Beiträgen gemäss individuellen Interessen über sogenannte News Recommender Systems (Blassnig et al., 2024). Eine solche Distribution von Inhalten mittels KI (in der Regel auf einer Newswebseite) erhält eine mittlere Zustimmung beim Publikum. Weniger als die Hälfte der Befragten (41,9%) findet es sinnvoll, KI zur Empfehlung von journalistischen Beiträgen gemäss individuellen Interessen zu verwenden. Den Einsatz von KI zur Moderation von Nutzer:innenkommentaren auf Nachrichtenwebseiten findet erstaunlicherweise nur rund ein Drittel der Befragten (38,7%) sinnvoll, kann KI doch bei der Erkennung von Hate-Speech unterstützen.

3.6 Transparenz mit Blick auf den Einsatz von KI

Die Akzeptanz von KI im Journalismus ist auch abhängig davon, ob und wie der Einsatz von KI in den Medien transparent kommuniziert wird. Das zeigt sich zunächst an den Erwartungen der Nutzer:innen, wenn es um den Einsatz von KI in der

Textproduktion geht. Um einen Zeitvergleich zu ermöglichen, fragten wir in einem ersten Schritt die Transparenzerwartungen bezüglich der journalistischen Textproduktion analog zum Vorjahr ab. In einem zweiten Schritt erhoben wir neu, welche Art der Transparenz konkret erwartet wird.

Es herrscht weitgehend Konsens, dass der Einsatz von KI zur Generierung journalistischer Inhalte transparent deklariert werden sollte (vgl. Darstellung 8). Diese Erwartungen sind im Jahresvergleich stabil. Das heisst, die Veränderungen liegen grösstenteils innerhalb der Fehlertoleranz von $\pm 3\%$, die der Stichprobe dieser Umfrage zugrunde liegt. Rund neun von zehn Befragten (90,2%) sind der Meinung, dass KI-generierte Inhalte deklariert werden müssen (+3,2 PP im Vergleich zum Vorjahr). In Bezug auf Inhalte, die mit Unterstützung von KI geschrieben wurden, sind es nur leicht weniger. 84,3% sind der Meinung, dass Medien KI-unterstützte Beiträge deklarieren sollten. Wenn Beiträge von Journalist:innen ohne Hilfe von KI erstellt wurden, erwarten 70,4% der Befragten, dass dies transparent ausgewiesen wird. Je stärker journalistische Inhalte also mittels KI hergestellt werden, desto grösser sind die Transparenzerwartungen seitens des Publikums. Hohe Ansprüche an die Deklaration werden somit auch an die aktuell übliche Praxis von vielen Schweizer Medien gestellt, nämlich KI vorwiegend unterstützend einzusetzen (Vogler et al., 2024).



Darstellung 9: Erwartungen an Transparenz beim Einsatz von KI bei Schweizer Medien

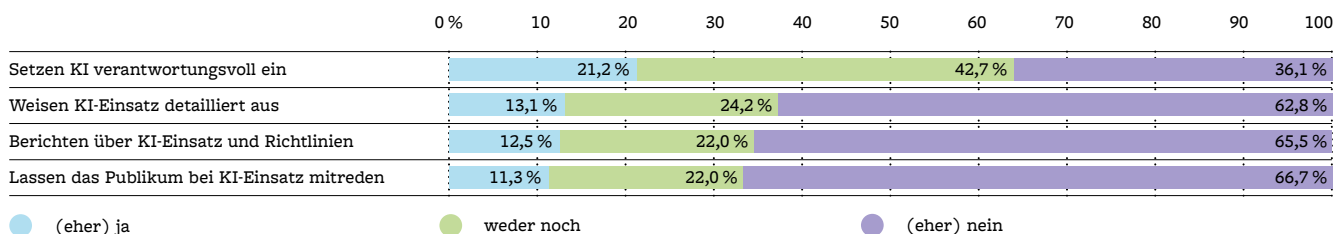
Die Darstellung zeigt, welche Erwartungen die Befragten an die Transparenz des Einsatzes von KI in Schweizer Medien haben (n = 1287).

Lesebeispiel: 91,1% der Befragten erwarten, dass Schweizer Medien stets die Verantwortung für die Inhalte tragen, die mit Unterstützung von KI erstellt wurden.

Als Nächstes ermittelten wir, welche Art von Transparenz die Befragten erwarten. Unsere Umfrage zeigt, dass der Minimalstandard nicht genügt. Am geringsten ist die Zustimmung (47,6%) für die Variante, dass Medien «einmal darauf hinweisen, dass sie KI einsetzen» (vgl. Darstellung 9). Rund drei Viertel der Befragten (75,9%) sagten dagegen, dass Schweizer Medien bei allen Beiträgen detailliert offenlegen sollten, für welche Arbeitsschritte KI eingesetzt wurde. Diese Erwartungen im journalistischen Alltag zu erfüllen, gestaltet sich zwar als herausfordernd. Gleichwohl sollten sie ernst genommen werden.

Fast alle Befragten (91,1%) stimmen der Aussage zu, dass Schweizer Medien stets die Verantwortung für die Inhalte tragen sollten, die mit Unterstützung von KI erstellt wurden. Noch wichtiger als eine transparente Deklaration scheint den Befragten also, dass die Verantwortung für einen adäquaten Umgang mit KI bei den Medienanbietern und nicht bei den Nutzer:innen oder KI-Anbietern liegt. Insofern erscheint eine Praxis, die die Verantwortung der Medienhäuser ins Zentrum stellt, als eine Möglichkeit, die Erwartungen des Publikums zu adressieren. Solche Ansätze werden in der Schweiz von vielen Medienunternehmen verfolgt und vom Verband Schweizer Medien empfohlen (VSM, 2023).

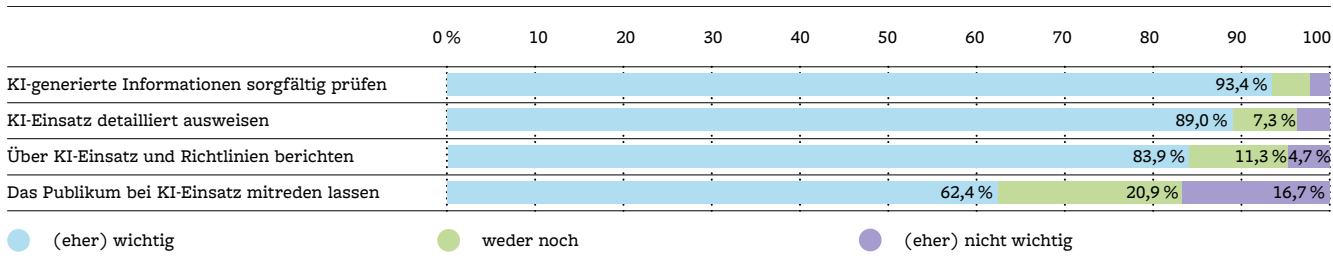
Anschliessend fragten wir, ob das Publikum der Meinung ist, dass Schweizer Medienhäuser KI transparent und verantwortungsvoll einsetzen. Dafür baten wir die Befragten, nur diejenigen Nachrichtenangebote zu beurteilen, die sie am häufigsten nutzen und somit auch einschätzen können. Die am häufigsten genannten Nachrichtenangebote waren hierbei 20 Minuten (12,6%), SRF oder RTS (11,8%), Blick (8,5%), NZZ (3,2%) und Watson (3,2%). Lediglich 21,2% der Befragten meinen, dass Schweizer Medien KI verantwortungsvoll einsetzen. 36,1% vertreten die gegenteilige Ansicht (vgl. Darstellung 10). Ein erheblicher Anteil von 42,7% ist entweder aufgrund mangelnder Kenntnisse unentschlossen oder zieht eine gemischte Bilanz (Antwort mit 4 auf einer Skala von 1 bis 7). Dabei ist zu beachten, dass viele Befragte noch wenig Erfahrung im Umgang mit KI-generierten Inhalten haben (vgl. 3.2). Eine gewisse Unsicherheit zeigt sich auch bei der Herstellung von Transparenz: Nur 13,1% der Befragten stimmen zu, dass klar kommuniziert wird, welche Inhalte von KI erstellt wurden. Dagegen sagen 62,8%, dass die von ihnen genutzten Nachrichtenmedien diese Transparenz nicht gewährleisten. Knapp ein Viertel (24,2%) antwortet in diesem Zusammenhang mit «weder noch».



Darstellung 10: Einschätzung der Transparenz beim Einsatz von KI in den Hauptnachrichtenquellen

Die Darstellung zeigt, wie die Befragten die Transparenz beim Einsatz von KI in den von ihnen häufig genutzten Medien einschätzen (n = 1287).

Lesebeispiel: 21,2% der Befragten geben an, dass die Medien, die sie am häufigsten nutzen, KI verantwortungsvoll einsetzen.



Darstellung 11: Erwartungen an Journalist:innen beim Einsatz von KI

Die Darstellung zeigt, welche Erwartungen die Befragten an Journalist:innen beim Einsatz von KI haben (n = 1287).

Lesebeispiel: 93,4% der Befragten geben an, es sei ihnen wichtig, dass Journalist:innen sorgfältig die Informationen prüfen, die durch KI generiert wurden.

Medien können durch Berichte darüber, wie sie KI einsetzen und welche Richtlinien sie dabei befolgen, zur Akzeptanz von KI beitragen. Allerdings nehmen nur 12,5% der Befragten bewusst wahr, dass in ihren Hauptnachrichtenquellen tatsächlich danach gehandelt wird. Ein Weg zu mehr Transparenz ist auch der Dialog mit den Nutzer:innen darüber, wie Schweizer Medien KI einsetzen sollen. Allerdings ist nur eine Minderheit von 11,3% der Befragten der Auffassung, dass solche Dialoge mit dem Publikum stattfinden.

3.7 Erwartungen an Journalist:innen mit Blick auf den Einsatz von KI

Eine zentrale Erwartung des Publikums an Schweizer Medien lautet, die Inhalte zu prüfen, die mithilfe von KI erstellt wurden, und dafür die Verantwortung zu übernehmen (vgl. Darstellung 9). Die Umsetzung dieser Anforderungen liegt im Tagesgeschäft vor allem bei den Journalist:innen. Wir fragten daher nach den Erwartungen des Publikums an die Journalist:innen beim Einsatz von KI. Die Teilnehmer:innen der Umfrage sind fast gänzlich (93,4%) der Meinung, dass Journalist:innen Informationen, die durch KI generiert wurden, sorgfältig prüfen sollten (vgl. Darstellung 11). Die meisten (89,0%) erwarten ebenfalls, dass Journalist:innen transparent kommunizieren, welche Teile der Berichterstattung von KI erstellt wurden. Zudem empfinden es 83,9% als wichtig, dass Journalist:innen darüber berichten, wie

«Medien KI konkret einsetzen und welche Richtlinien sie dabei befolgen». Mit 62,4% stimmen vergleichsweise weniger Befragte zu, dass ihnen die Mitsprache des Publikums beim Einsatz von KI wichtig ist. Die beiden Gruppen, die dies nicht wichtig finden (16,7%) oder unentschieden sind (20,9%), sind hier grösser als bei den drei zuvor genannten Fragen. Insgesamt zeigt sich aber: Das Publikum schreibt den Journalist:innen hinsichtlich des Einsatzes von KI eine wichtige Rolle zu, und zwar sowohl bei der Gewährleistung von Transparenz als auch bei der Sicherung von Qualität.

4 Fazit

Die vorliegende Studie schliesst an unsere Untersuchung aus dem Vorjahr an (Vogler et al., 2023) und differenziert das Bild zur Wahrnehmung und Akzeptanz von KI im Journalismus durch die Schweizer Bevölkerung weiter. Zudem fokussieren wir nicht mehr ausschliesslich auf die journalistische Textproduktion, sondern betrachten die gesamte journalistische Wertschöpfungskette. Unsere Studie zeigt, dass Schweizer:innen KI im Journalismus sehr kritisch gegenüberstehen. Zudem bestehen weiterhin grosse Unsicherheiten. Eine wachsende Mehrheit der Bevölkerung hat zwar schon davon gehört, dass KI zur Erstellung journalistischer Textinhalte eingesetzt wird. Dennoch gibt nur knapp die Hälfte der Befragten an, bewusst bereits KI-generierte Texte gelesen zu haben. Dies zeigt, dass viele Menschen unsicher sind, ob

sie den Einsatz von KI in der Textproduktion tatsächlich erkennen können.

Darüber hinaus ist der Journalismus der gesellschaftliche Bereich, in dem die Befragten die grössten Risiken durch KI sehen. Folglich werden überwiegend negative Auswirkungen auf die Qualität der Berichterstattung erwartet. Die meisten Befragten gehen davon aus, dass KI zu einer Zunahme von Falschinformationen in den Medien führt. Nutzer:innen machen Risiken von KI insbesondere an der Output-Ebene fest. Je stärker sich KI potenziell auf die Inhalte auswirkt, desto negativer beurteilen die Befragten deren Einsatz. Der Einsatz von (generativer) KI für das Erstellen von Beiträgen scheint somit aus Publikumperspektive ein besonders sensibler Bereich des Journalismus zu sein. Unsere Befragung zeigt aber, dass es auch Einsatzbereiche mit relativ hoher Publikumsakzeptanz gibt: insbesondere für Textübersetzungen, für die Bekämpfung von Desinformation auf Social Media sowie für Recherchen und Datenauswertungen. Zudem stufen die Befragten die Risiken von KI für die Themen- und Meinungsvielfalt als eher gering ein.

Die insgesamt verbreitete Skepsis ist vermutlich ein Grund, warum die meisten Befragten von Medienhäusern erwarten, dass der Einsatz von KI deklariert wird. Gerade weil das Publikum KI kritisch gegenübersteht, sollten Schweizer Medien das Thema Transparenz ernst nehmen. Unsere Analyse zeigt, dass eine Minimallösung mit einmaliger Deklaration (z.B. im Impressum) aus Publikumsicht nicht ausreichend ist. Die Erwartung des Schweizer Publikums, den Einsatz von KI für unterschiedliche Arbeiten im Journalismus vollständig offenzulegen, ist vermutlich im Redaktionsalltag schwierig umzusetzen. Eine allzu kleinteilige und umfassende Praxis würde wahrscheinlich trotz hoher Zustimmung zu transparenter Deklaration vom Publikum auch als störend empfunden. Zudem sollte reflektiert werden, welche Effekte die Gewährleistung von Transparenz haben kann. Beispielsweise konstatieren Blassnig et al. (2024), dass das Wissen um den Einsatz von algorithmischen Empfehlungssystemen (News Recommender Systems) sich beim Publikum negativ auf das Vertrauen in Medienangebote auswirken kann. Weitere Forschung ist deshalb notwendig, wie Transparenz im Bereich von KI konkret herge-

stellt werden soll, um die Erwartungen und Bedürfnisse der Nutzer:innen zu erfüllen.

Eine klare Mehrheit des Publikums erwartet von Schweizer Medien, dass sie stets die volle Verantwortung für Inhalte übernehmen, die mit Unterstützung von KI erstellt wurden. Die Nutzer:innen sind offensichtlich der Meinung, dass die Verantwortung nicht bei ihnen selbst oder den KI-Anbietern, sondern bei den Medienunternehmen und Journalist:innen liegen sollte. Wenn Nachrichtenmedien und Medienschaffende ihren Nutzer:innen deutlich kommunizieren, dass und wie sie diese Verantwortung wahrnehmen, bietet dies die Chance, die Publikumsakzeptanz von KI zu fördern und das Vertrauen in Nachrichtenmedien zu sichern (Schützeneder et al., 2024). Die aktuelle Ausrichtung der Unternehmens- und Branchenrichtlinien (z.B. Schweizer Presserat, 2024) auf den Aspekt der Verantwortung für KI-Inhalte erscheint daher richtig. Diese Richtlinien müssen aber auch konsequent umgesetzt werden. Das zeigen auch aktuelle Diskussionen zur teilweise mangelnden Überprüfung von KI-generierten Inhalten im Journalismus (Schwendener, 2024). Häufen sich inhaltliche Fehler aufgrund von KI und zeigen Medien eine unzureichende Fehlerkultur, kann dies zu einem zunehmenden Misstrauen gegenüber KI im Journalismus und zu einem Vertrauensverlust in Medien allgemein führen.

Die Erwartungen des Publikums an den transparenten und verantwortungsvollen Einsatz von KI stehen in Kontrast zum wahrgenommenen Verhalten der Schweizer Medien. Dieser Befund dürfte auch mit einer generellen Skepsis gegenüber KI zusammenhängen (Christen, 2024). Derzeit bescheinigt nur eine Minderheit der Befragten (rund 21%) den Schweizer Medien einen verantwortungsvollen Umgang mit KI. Im Vergleich zu einer internationalen Studie (Fletcher & Nielsen, 2024) schneidet die Schweiz damit schlechter ab als Argentinien und die USA (beide 30%) und ähnlich wie Japan (23%), Dänemark (21%) und Frankreich (18%). Nur im Vereinigten Königreich sind die Zustimmungswerte deutlich tiefer (12%). Zu beachten ist jedoch, dass Fletcher und Nielsen (2024) nach dem verantwortungsvollen Umgang mit KI von Nachrichtenmedien im Allgemeinen gefragt haben. Im Unterschied dazu bezogen sich unsere Fragen hierzu spezifisch auf die Medien, die die Befragten jeweils am häufigsten nut-

zen. Dass es sich dabei um die Nachrichtenmedien handelt, denen man in der Regel eher vertraut, macht den Befund für die Schweiz umso bedeutsamer. Hier müssen die Schweizer Medien ansetzen. Zukünftig sind noch mehr Transparenz im Umgang mit KI im Journalismus, eine stärkere Orientierung an Richtlinien sowie eine selbstreflexive Berichterstattung über den Umgang des Journalismus mit KI vonnöten.

Die grosse Skepsis gegenüber generativer KI im Journalismus dürfte auch wesentlich dafür sein, dass die Zahlungsbereitschaft für KI-generierte Inhalte mit rund 6% ausgesprochen tief ausfällt und im Jahresvergleich weiter rückläufig ist. Auch in anderen Ländern ist die Zahlungsbereitschaft mit durchschnittlich 8% als niedrig anzusehen (Fletcher & Nielsen, 2024, hier bezogen auf Nachrichten, die überwiegend mit KI generiert wurden). Mit Blick auf die Finanzierung zeigt unsere Studie auch einen positiven Befund: Rund 45,1% der Befragten sind der Meinung, dass Medienanbieter entschädigt werden sollten, wenn ihre Inhalte für KI-Tools verwendet werden. Lediglich 27,5% sind (eher) dagegen. Weite Teile der Bevölkerung akzeptieren Massnahmen zur Vergütung der Medienschaffenden und Medienhäuser, beispielsweise die Durchsetzung von Urheberrechtsfragen. Die Monetarisierung von Archiven als Datenquelle für KI-Tools stellt eine Chance von KI für den Journalismus dar (Vogler et al., 2024).

Mit unserer Studie konnten wir nach 2023 zum zweiten Mal empirische Daten zur Wahrnehmung von KI im Journalismus erheben und vergleichen. In diesem Jahr analysierten wir zudem den Aspekt der Transparenz eingehender. Dennoch weist unsere Studie einige Limitationen auf. Wir fragten die Schweizer Bevölkerung, wie sinnvoll sie den Einsatz von KI in verschiedenen Bereichen des Journalismus erachtet. Das Wissen und die Vorstellungen über diese redaktionellen Prozesse dürften stark variieren und könnten von aktuellen öffentlichen Debatten beeinflusst sein, wie etwa der Berichterstattung über Falschinformationen, die durch den Einsatz von KI entstanden sind (Schwendener, 2024; Widmer,

2024). Unsere Studie erfasst nur begrenzt das Vorwissen der Befragten zu KI im Journalismus und liefert vor allem Einsichten zu Einschätzungen, Einstellungen und Erwartungen der Bevölkerung gegenüber KI im Journalismus. Zukünftig wären insbesondere qualitative Studien mit Nutzer:innen besonders wertvoll, um die Zusammenhänge zwischen Einstellungen, Erwartungen, Wissen und öffentlichen Diskursen zu KI im Journalismus vertiefend untersuchen zu können.

Auch stellt sich unweigerlich die Frage, wohin die Reise in den nächsten Jahren gehen wird. Wird sich das Publikum an KI im Journalismus gewöhnen und seine Skepsis grösstenteils ablegen? Oder wird es bei seiner kritischen Haltung gegenüber KI bleiben? Unsere Studie ermöglicht einen Jahresvergleich für einige zentrale Indikatoren im sensitiven Bereich der Textproduktion. Die aktuellen Ergebnisse bestätigen den grundlegenden Befund, dass die Akzeptanz für Inhalte, die mit Unterstützung von KI erstellt wurden, deutlich höher ist als für vollständig KI-generierte Inhalte. Vor diesem Hintergrund erscheint die Strategie der meisten Schweizer Medien, generative KI überwiegend unterstützend einzusetzen, sinnvoll. Nicht zuletzt auch, weil die Zahlungsbereitschaft für diese Art von Beiträgen deutlich höher ist als für KI-generierte Inhalte. Allerdings signalisieren die Daten im Jahresvergleich eher eine wachsende als eine abnehmende Skepsis – und zwar hinsichtlich der Nutzungsabsichten, der Zahlungsbereitschaft und der Erwartungen an die Deklaration von Inhalten. Dies steht im Einklang mit den Befunden einer neueren Studie, die feststellt, dass die Schweizer Bevölkerung insgesamt zunehmend kritisch gegenüber KI eingestellt ist (Christen, 2024). Mittelfristig müssen Schweizer Medien daher wohl mit einer kritischen Perspektive des Publikums auf KI rechnen und entsprechend steigende Anforderungen an eine reflexive Berichterstattung und einen verantwortungsvollen Umgang mit KI erfüllen.

Onlinesupplement

Der dieser Studie zugrunde liegende Fragebogen ist online verfügbar: <https://doi.org/10.5167/uzh-261113>.

Literatur

- Arbeitsgruppe Künstliche Intelligenz (2019). Künstliche Intelligenz, Medien & Öffentlichkeit. Bundesamt für Kommunikation (BAKOM). https://www.sbf.admin.ch/dam/sbf/de/dokumente/2019/12/k-i_m-o.pdf.download.pdf/k-i_m-o_d.pdf
- BFS – Bundesamt für Statistik (2023a). Ständige Wohnbevölkerung nach Staatsangehörigkeitskategorie und Geschlecht, nach Kanton und Stadt, 1999–2022. <https://www.bfs.admin.ch/asset/de/26565147>
- BFS – Bundesamt für Statistik (2023b). Höchste abgeschlossene Ausbildung nach verschiedenen soziodemografischen Merkmalen in der Schweiz 2021. <https://dam-api.bfs.admin.ch/hub/api/dam/assets/23965914/master>
- Blassnig, S., Mitova, E., Strikovic, E., Urman, A., de Vreese, C., Hannák, A. & Esser, F. (2024). User Perceptions of News Recommender Systems and Trust in Media Outlets: A Five-Country Study. *Journalism Studies*, 25(10), 1182–1204. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2364628>
- Carlson, M. (2015). The Robotic Reporter: Automated Journalism and the Redefinition of Labor, Compositional Forms, and Journalistic Authority. *Digital Journalism*, 3(3), 416–431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>
- Cecil, J. (2024). 2023 Round Tables on AI and the Global News Industry. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-02/Cecil_AI_and_the_Global_News_Industry.pdf
- Christen, M. (2024). ChatGPT erhöht die Skepsis gegenüber KI. <https://www.news.uzh.ch/de/articles/news/2024/dsi-insight-christen.html>
- Der Bundesrat (2023). Bundesrat prüft Regulierungsansätze für Künstliche Intelligenz. <https://www.admin.ch/gov/de/start/dokumentation/medienmitteilungen.msg-id-98791.html>
- Dörr, K. N. (2023). Algorithmische Werkzeuge – Chancen und Herausforderungen für den Journalismus. In K. Meier & C. Neuberger (Hg.), *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven* (S. 203–222). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783748928522-203>
- EMEK – Eidgenössische Medienkommission (2023). 5 Effekte des KI-Booms auf die Medien. <https://www.emek.admin.ch/de/themen/kuenstliche-intelligenz-ki>
- Fletcher, R. & Nielsen, R. K. (2024). What Does the Public in Six Countries Think of Generative AI in News? *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://doi.org/10.60625/risj-4zb8-cg87>
- Graßl, M., Schützeneder, J. & Meier, K. (2022). Artificial Intelligence as a Tool of Assistance. A Scientific and Practical Perspective on AI in Journalism. *Journalism Research*, 5(1), 3–24. <https://doi.org/10.1453/2569-152X-12022-12049-en>
- Graves, L. (2018). Understanding the Promise and Limits of Automated Fact-Checking. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://doi.org/10.60625/risj-nqnx-bg89>
- Kieslich, K., Došenović, P., Starke, C., Lünich, M. & Marcinkowski, F. (2021). Artificial intelligence in journalism. How does the public perceive the impact of artificial intelligence on the future of journalism? Meinungsmonitor Künstliche Intelligenz, Factsheet No. 4. <https://tinyurl.com/y6s4uunp>
- Porlezza, C. (2020). Ethische Herausforderungen des automatisierten Journalismus. Zwischen Dataismus, Bias und fehlender Transparenz. In M. Prinzing, B. S. Debatin & N. Köberer (Hg.), *Kommunikations- und Medienethik reloaded? Wegmarken für eine Orientierungssuche im Digitalen* (S. 143–158). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783748905158-143>
- Porlezza, C., Pranteddu, L. & Mazzoni, P. (2022). *The Governance of Artificial Intelligence in Public Service Media. A Comparative Analysis*. Federal Office of Communications (OFCOM). <https://tinyurl.com/3warbmy4>
- Reuters Institute for the Study of Journalism (2024). *Reuters Institute Digital News Report 2024*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>
- Ringier AG (2023, 6. Mai). Ringier führt klare Richtlinien für den Einsatz künstlicher Intelligenz ein. Pressemitteilung. <https://www.ringier.com/de/ringier-fuehrt-klare-richtlinien-fuer-den-einsatz-kuenstlicher-intelligenz-ein/>
- Schützeneder, J., Graßl, M. & Meier, K. (2024). Grenzen überwinden, Chancen gestalten. KI im journalistischen Newsroom – Bestandsaufnahme, Perspektiven und Empfehlungen für Journalismus und Politik. Friedrich-Ebert-Stiftung. <https://edoc.ku.de/id/eprint/32936/>
- Schweizer Presserat (2024, 17. Januar). Leitfaden KI im Journalismus. https://presserat.ch/journalistenkodex/ki_leitfaden/
- Schwendener, T. (2024). Fehler mit System. *Die Wochenzeitung*, 28. <https://www.woz.ch/2428/auf-allen-kanalen/fehler-mit-system/192CQSTBZ4TT4>
- Sii-tonen, M., Laajalahti, A. & Venäläinen, P. (2024). Mapping Automation in Journalism Studies 2010–2019: A literature Review. *Journalism Studies*, 25(3), 299–318. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2296034>
- SRG (2024). Nationale KI-Prinzipien der SRG. https://www.srgssr.ch/fileadmin/dam/documents/Organisation/Nationale_KI-Prinzipien_SRG_DE.pdf
- Vogler, D., Eisenegger, M., Fürst, S., Udriş, L., Ryffel, Q., Rivière, M. & Schäfer, M. S. (2023). Künstliche Intelligenz in der journalistischen Nachrichtenproduktion: Wahrnehmung und Akzeptanz in der Schweizer Bevölkerung. In fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.), *Jahrbuch Qualität der Medien 2023* (S. 33–45). Schwabe. <https://doi.org/10.5167/uzh-235608>
- Vogler, D., Fürst, S., Ryffel, Q., Eisenegger, M., Porlezza, C. & Procopio, N. (2024, im Erscheinen). *Governance von KI im Journalismus*. Bericht für das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM).
- VSM – Verlegerverband Schweizer Medien (2023). *KI-Anwendungen im Journalismus. Handlungsempfehlungen zum Einsatz von KI-Systemen bei der Erstellung journalistischer Inhalte*. <https://tinyurl.com/y73a43ku>
- Widmer, C. (2023). Künstliche Intelligenz. Gefahren und Potenziale für die Demokratie. Interpellation 23.3812. *Die Bundesversammlung – Das Schweizer Parlament*. <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20233812>
- Widmer, M. (2024). KI-generierter Artikel enthält Fehler. *Persönlich.com*. <https://www.persoelich.com/medien/ki-generierter-artikel-enthalt-fehler>

Copyright

fög - Forschungszentrum
Öffentlichkeit und
Gesellschaft / Universität Zürich

Kontakt

fög / Universität Zürich
Andreasstrasse 15
CH-8050 Zürich

kontakt@foeg.uzh.ch
+41 (0)44 635 21 11
www.foeg.uzh.ch
