

PRESSEMITTEILUNG

der best research GmbH

KI – zwischen Angst und Vorfreude

Bielefeld 12.09.2019: „KI“ und „5G“ sind die bekannteren digitalen Buzz-Words. Dabei weckt 5G primär positive Emotionen. „KI“ bzw. „künstliche Intelligenz“ wird stark auch mit Zweifel und Angst verbunden. Dies ist ein Ergebnis des aktuellen Digital Radars der best research GmbH, Bielefeld.

Digitale Buzz-Words werden völlig selbstverständlich in den Medien, aber auch in der Unternehmenskommunikation eingesetzt. Dabei ist die Bekanntheit dieser Begriffe nicht zwingend selbstverständlich.

In der Studie „Digital Radar“ wurde nach der Bekanntheit und der emotionalen Prägung verschiedener Buzz-Words aus dem Digitalbereich gefragt.

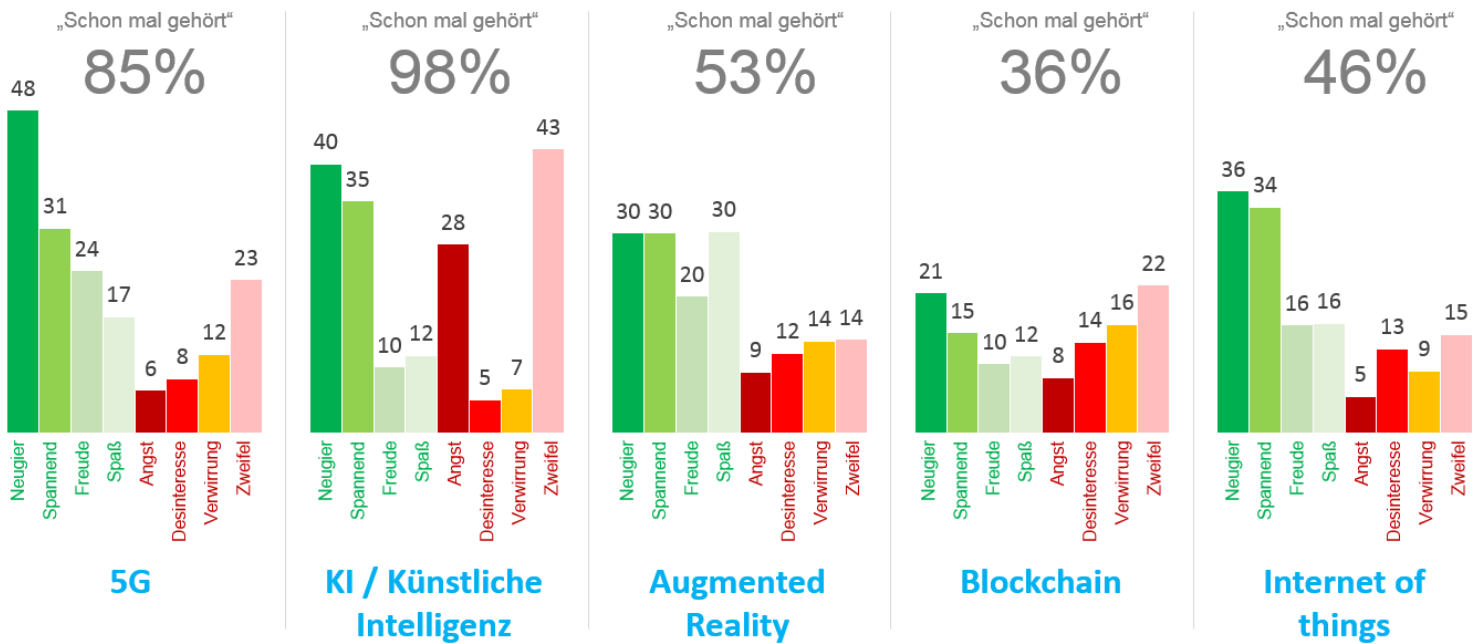
Während „5G“ mit 85% und „KI“ mit 98% in der Breite als Begriff zumindest schon einmal gehört wurden, ist der Umgang mit Begriffen wie „Augmented Reality“, „Blockchain“ oder „Internet of things“ alles andere als selbstverständlich. Deren Bekanntheit liegt bei ca. 50%. Blockchain erreicht sogar nur 36%. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Befragten auf das Alter von 16 bis 59 Jahren begrenzt wurden und keine digitalen Ablehner sind. In der Gesamtbevölkerung werden diese Begriffe mit hoher Wahrscheinlichkeit nochmals deutlich weniger bekannt sein.

Die unterschiedliche Verteilung positiver und negativer Emotionen auf die ausgewählten Buzz-Words ist besonders spannend und weist zentrale Unterschiede zwischen den Begriffen aus:

„5G“ weckt primär positive Emotionen. Es ist damit eine hohe Neugier verbunden. 5G ist auch spannend. Für die Industrie lässt sich daraus ableiten, dass hohe Erwartungen mit 5G verknüpft sind. Für die Mobilfunkanbieter, aber auch für die Politik, ist die Messlatte für die zukünftige Entwicklung der Mobilfunkinfrastruktur hoch angelegt.

„Künstliche Intelligenz“ erzeugt demgegenüber stark polarisierende Emotionen: Neugier und Spannung stehen ausgeprägter Zweifel und auch echte Angst entgegen. Die Verheißungen einer neuen Welt stehen offenbar einer deutlich unsicheren Zukunft frontal gegenüber.

Welche der folgenden „Begriffe“ entsprechen am besten Ihren Gefühlen, wenn Sie die folgenden Bezeichnungen aus dem Bereich digitaler Entwicklungen hören.



Basis:
 Personen im Alter von 16-59 Jahren, die digitale Themen nicht ablehnen (n=575).

Informationen zur Studie

Studienprofil:

Es wurden 575 Personen im Alter von 16-59 Jahren befragt, die digitale Themen nicht grundsätzlich ablehnen. Die Erhebung erfolgte per CAWI in einem Online-Panel.

Um ein repräsentatives Abbild zu erhalten, wurden die Daten nach relevanten Kriterien gewichtet, auch um methodisch bedingte Verzerrungen in Bezug auf den Untersuchungsgegenstand zu minimieren.

Die Grundgesamtheit entspricht ca. 38,8 Mio. Menschen in Deutschland. Die Hochrechnungsbasis wurde mittels einer telefonischen Befragung bestimmt.

Zeitraum:

Die Befragung erfolgte im Juni 2019.

Studienhintergrund:

Die Ergebnisse entstammen der Studienreihe „Digital Radar“ mit der Themen im Bereich digitaler Entwicklungen untersucht werden. Die Studienergebnisse werden regelmäßig im Rahmen von Pressemitteilungen, Webseiten-Inhalten und Newslettern veröffentlicht.

Informationen zur best research GmbH

Die best research GmbH ist ein in Bielefeld ansässiges, unabhängiges Marktforschungsinstitut, gegründet 2005 von Wolfgang Best.

Das Institut ist spezialisiert auf Befragungen und Analysen in den Bereichen Dienstleistungen und langlebige Gebrauchsgüter. Es arbeitet sowohl für internationale Konzerne als auch für spezialisierte Mittelstandsbetriebe. Weitere Informationen unter www.best-research.de

Für Presseinformationen und Fragen:

Wolfgang Best
best research GmbH
Meisenstraße 65
D-33607 Bielefeld

www.best-research.de

t. 0521 - 2997 871

f. 0521 - 2997 872

e. wolfgang.best@best-research.de