



Deutsche
Glasfaser



DIGITALKLIMAINDEX 2025



20.11.2025 13:00 CET

Digitalklimaindex zeigt: Künstliche Intelligenz ist bereits fest im Alltag der Menschen in Deutschland etabliert

- Alltägliche KI-Anwendungen werden bereits intensiv genutzt
- Soziodemografische Struktur bestimmt über die Wahrnehmung von KI
- Sensibilität für Schattenseiten vor allem bei Jüngeren und Älteren ausgeprägt

Sprachassistenten beantworten Fragen, Smart-Home-Systeme steuern das Zuhause, Übersetzungstools erleichtern den Alltag. Künstliche Intelligenz (KI)

immer noch ein Zukunftsthema? Der Digitalklimaindex von Deutsche Glasfaser zeigt: Die Menschen in Deutschland nutzen KI zunehmend selbstverständlich – und sehen sie überwiegend als Chance. Doch gleichzeitig offenbart die Studie deutliche Unterschiede zwischen Altersgruppen, Bildungsniveaus und Regionen: KI ist im Alltag angekommen, aber nicht für alle gleichermaßen. Bei dem Thema Künstliche Intelligenz ist Deutschland in Chancen- und Risiko-Denker gespalten.

Alltägliche KI-Anwendungen werden bereits intensiv genutzt

Künstliche Intelligenz wird in Deutschland bereits breit genutzt – vor allem in alltäglichen, etablierten Anwendungen. 56 Prozent der Befragten setzen KI bei der Online-Recherche ein, 52 Prozent nutzen Sprachassistenten wie Siri oder Alexa, 49 Prozent greifen bei Übersetzungen auf KI-basierte Tools zurück. Auch im Smart Home spielt KI eine Rolle: Rund die Hälfte der Menschen in Deutschland steuert ihr Zuhause bereits mit digitalen Anwendungen.

Allerdings zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen Stadt und Land. In Großstädten geben 52 Prozent der Befragten an, Smart-Home-Anwendungen zu nutzen – in ländlichen Gemeinden sind es nur 43 Prozent. Auch beim Einsatz von KI-Chatbots oder Sprachmodellen ist der urbane Raum vorne. Und: KI wird mit 28 Prozent vor allem privat genutzt, ihr Einsatz im Beruf ist im Vergleich deutlicher seltener (-21 Prozent). Hierbei liegt der Fokus auf dem Einsatz von Sprachassistenten, nur 8 Prozent nutzen KI allein beruflich zur Texterstellung.

„Die Menschen in Deutschland nutzen KI schon sehr intensiv, aber es gibt noch ein Gefälle“, sagt Ruben Queimano, Chief Commercial Officer bei Deutsche Glasfaser. „Wir sehen, dass sich gerade in den Städten ein digitaler Alltag entwickelt, der das Leben spürbar verändert – auf dem Land ist das noch weniger der Fall. Auch am Arbeitsplatz gilt es noch Potenzial zu heben.“

Soziodemografische Struktur bestimmt über die Wahrnehmung von KI

Die Studie zeigt deutlich: Die Haltung zur Künstlichen Intelligenz spiegelt die gesellschaftliche Struktur Deutschlands wider. Je urbaner, jünger und gebildeter die Befragten, desto stärker überwiegt der Optimismus.

Insgesamt sehen 65 Prozent der Menschen in Deutschland KI eher als Chance, nur 30 Prozent als Risiko. Besonders positiv sind die 30- bis 44-Jährigen (70 Prozent) eingestellt, während in der Altersgruppe 60+ die Skepsis überwiegt. Auch der Bildungsgrad spielt eine Rolle: Menschen mit Abitur oder Hochschulabschluss nehmen KI häufiger als Chance wahr (69 Prozent) als Befragte mit mittlerem (60 Prozent) oder niedrigerem Bildungsabschluss (64 Prozent).

Ähnlich klar ist der Zusammenhang zwischen Wissenstand und Bewertung: Wer sich selbst als digital kompetent einschätzt, bewertet KI weitaus positiver (74 Prozent sehen Chancen, nur 21 Prozent Risiken). Bei denjenigen mit geringer Digitalkompetenz kehrt sich dieses Verhältnis um (42 zu 54 Prozent).

„KI trennt nicht – sie zeigt, wo wir als Gesellschaft noch zusammenwachsen müssen. Denn heute sind insbesondere die KI-Nutzer von den Möglichkeiten und Vorteilen überzeugt, die diese Entwicklungen bieten“, erklärt Ruben Queimano. „Das Wissen über digitale Technologien entscheidet heute maßgeblich darüber, wie offen oder skeptisch Menschen Zukunftsthemen begegnen. Bildung, Information und die notwendige Infrastruktur sind deshalb die Schlüssel, um alle mitzunehmen.“

Sensibilität für Schattenseiten vor allem bei Jüngeren und Älteren ausgeprägt

Trotz aller Aufgeschlossenheit bleibt das Bewusstsein für die Risiken der Künstlichen Intelligenz hoch. 71 Prozent der Befragten sehen in Fake News eines der größten digitalen Probleme. 56 Prozent sorgen sich über Hassrede im Netz, 61 Prozent über Cyberangriffe und 54 Prozent über unzureichenden Datenschutz.

Vor allem junge Menschen zwischen 16 und 29 Jahren und die über 60-Jährigen zeigen hohe Sensibilität. In system-sensiblen Feldern wie Gesundheitsversorgung oder Bildung überwiegt über alle Altersklassen hinweg die Skepsis gegenüber einem zu starken Einsatz von KI-Anwendungen.

„Digitale Sicherheit und der kritische Umgang mit Informationen sind zentrale Zukunftsthemen“, betont Queimano. „Damit die Menschen in Deutschland noch besser befähigt werden, Unwahrheiten zu erkennen und auf kritische Situationen zu reagieren, bedarf es einer kontinuierlichen und

umfassenden Aufklärungsarbeit aller zivilgesellschaftlicher Akteure und staatlicher Institutionen.“

Über die Studie: Digitalklimaindex 2025

Der Digitalklimaindex von Deutsche Glasfaser ist eine umfassende Untersuchung zur digitalen Einstellung der deutschen Bevölkerung in zwölf Lebensbereichen. Media Tenor hat die Untersuchung gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut Mentefactum durchgeführt. Im Juni 2025 wurden dazu 3.013 Menschen ab 16 Jahren in 32 deutschen Regionen in einer repräsentativen Telefonbefragung (CATI) interviewt. Die Ergebnisse des Digitalklimaindex zeigen, wie die Menschen in Deutschland über Chancen und Risiken der Digitalisierung sowie die Verantwortung des Staates bei diesem Thema denken. Die Studie liefert damit wertvolle Impulse für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

Unternehmensgruppe Deutsche Glasfaser

Die Unternehmensgruppe Deutsche Glasfaser ist Pionier für den Glasfaserausbau im ländlichen und suburbanen Raum in Deutschland. Als Digital-Versorger der Regionen plant, baut und betreibt Deutsche Glasfaser anbieteroffene Glasfaseranschlüsse für Privathaushalte, Unternehmen und öffentliche Einrichtungen. Deutsche Glasfaser strebt den flächendeckenden Glasfaserausbau an und trägt damit maßgeblich zum digitalen Fortschritt Deutschlands bei. Mit innovativen Planungs- und Bauverfahren ist Deutsche Glasfaser Spezialist für einen schnellen und kosteneffizienten FTTH-Ausbau. Die Unternehmensgruppe zählt zu den finanzstärksten Anbietern im deutschen Markt und verfügt mit den erfahrenen Glasfaserinvestoren EQT und OMERS über ein privatwirtschaftliches Investitionsvolumen von über zehn Milliarden Euro. www.deutsche-glasfaser.de

Kontaktpersonen



Dominik Beyer

Pressekontakt

Pressesprecher

presse@deutsche-glasfaser.de



Nora Lippelt

Pressekontakt

Pressesprecherin

presse@deutsche-glasfaser.de