

die medienanstalten-Pressemitteilung 25/2024 • Berlin 11.12.2024

KI im Journalismus: Vertrauen verspielt oder Chance genutzt?

Der Transparenz-Check der Medienanstalten zeichnet ein vielschichtiges Bild aus Befürchtungen, Perspektiven und dem Ruf nach klaren Regeln

Vertrauen ist gut, Transparenz ist besser – das sehen auch die meisten Internetnutzenden so. Drei Viertel sorgen sich um die Glaubwürdigkeit von Medien, wenn Künstliche Intelligenz (KI) im Spiel ist. Gleichzeitig fordern über 90 Prozent: Her mit klaren Regeln und Kennzeichnungen. Die neue Studie „Transparenz-Check. Wahrnehmung von KI-Journalismus“ der Medienanstalten zeigt, was es braucht, damit KI und Journalismus zusammen funktionieren.

Dr. Eva Flecken, Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM): „Klare Vorgaben und transparente Kommunikation sind der Schlüssel, um Vertrauen in KI-gestützte Medieninhalte zu schaffen und zu erhalten. Gerade in Zeiten, in denen technologische Entwicklungen rasch voranschreiten, ist es wichtiger denn je, Offenheit und Verantwortung in den Fokus zu rücken. Nur so können wir die Balance zwischen den enormen Chancen, die KI bietet, und den potenziellen Risiken wahren – und gleichzeitig das Vertrauen der Öffentlichkeit in den Journalismus stärken.“

Prof. Christian Krebs, verantwortlich für den Transparenz-Check, ergänzt: „Der Einsatz von KI im Journalismus verlangt mehr als nur technische Kompetenz. Es geht um eine ethische Haltung, die Verantwortung und Transparenz in den Mittelpunkt stellt. Nur wenn Medienhäuser und Plattformen sich aktiv für klare Kennzeichnung und nachvollziehbare Prozesse einsetzen, können wir verhindern, dass Vertrauen verloren geht. KI bietet großartige Möglichkeiten, aber ohne das Fundament von Glaubwürdigkeit wird ihr Potenzial schnell zum Risiko.“

KI und Journalismus: ein Drahtseilakt

Die Ergebnisse der repräsentativen Online-Befragung zeigen: Die Meinungen zum KI-Einsatz im Journalismus sind gespalten. Über alle Altersgruppen hinweg überwiegen die Bedenken: Täuschungen und

Gesellschafter
Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Medienanstalt Hessen
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesmedienanstalt (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

fehlende Transparenz stehen im Fokus der Kritik. Besonders skeptisch stehen die Befragten KI-generierten Inhalten gegenüber, wie komplett verfassten Artikeln oder synthetischen Moderationsstimmen. Jüngere, formal höher gebildete Nutzer:innen mit hohem Medienvertrauen sehen eher Chancen in KI, etwa bei der Recherche oder Faktenprüfung.

Kennzeichnung und Transparenz: der Schlüssel zu Vertrauen

Eine deutliche Kennzeichnung von KI-Inhalten ist essenziell, um Vertrauen zu schaffen. Besonders bei Texten erkennen 67 Prozent der Befragten KI-Nutzung anhand transparenter Hinweise. In audiovisuellen Formaten hingegen bleibt die Kennzeichnung oft unbemerkt. Neun von zehn Befragten fordern daher verbindliche Kennzeichnungspflichten und zusätzliche Transparenzmaßnahmen wie freiwillige Verhaltensregeln oder externe Initiativen.

Mit der aktuellsten Ausgabe der Studienreihe Transparenz-Check werden die Wahrnehmung und Akzeptanz von KI im Journalismus anhand realer Praxisbeispiele untersucht. Die Ergebnisse basieren auf einer repräsentativen Online-Befragung von 3.013 Internetnutzer:innen.

Die vollständigen Ergebnisse sind auf dem Forschungsportal „[Fakten + Impulse](https://faktenimpulse.de)“ der Medienanstalten abrufbar:
<https://faktenimpulse.de/2024/12/11/transparenz-check-zur-wahrnehmung-von-ki-journalismus/>

Weitere Informationen über die Medienanstalten finden Sie unter:
www.die-medienanstalten.de

Kontakt bei Medien-Rückfragen

Sabine Grüngreiff
Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten
Telefon: +49 30 2064690-22
Mail: presse@die-medienanstalten.de
www.die-medienanstalten.de