www.swiss-insights.ch

# Adoption von KI bei Berufstätigen

SWISS INSIGHTS

Swiss Data Insights Association

# 1

# Die Debatte verändert sich

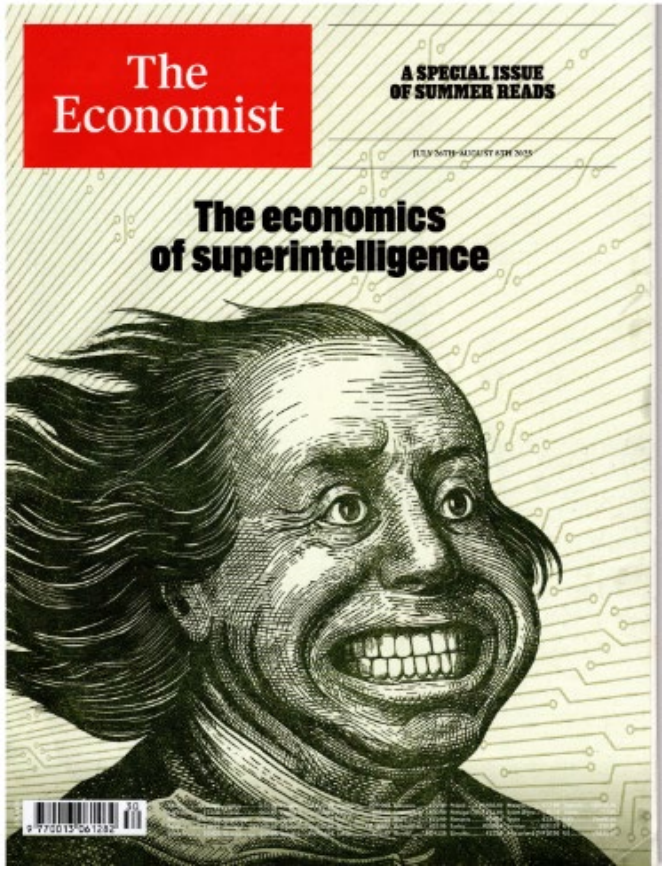
In 12 Monaten von Euphorie zu Distopie

# The Economist

Jun 24th 2025

## The economics of superintelligence

Hence the possibility of a second explosion of economic growth. If computing power brings about technological advances without human input, and enough of the pay-off is reinvested in building still more powerful machines, wealth could accumulate at unprecedented speed.



# The Economist

Jul 17th 2025

**Why is AI so slow to spread? Economics can explain**

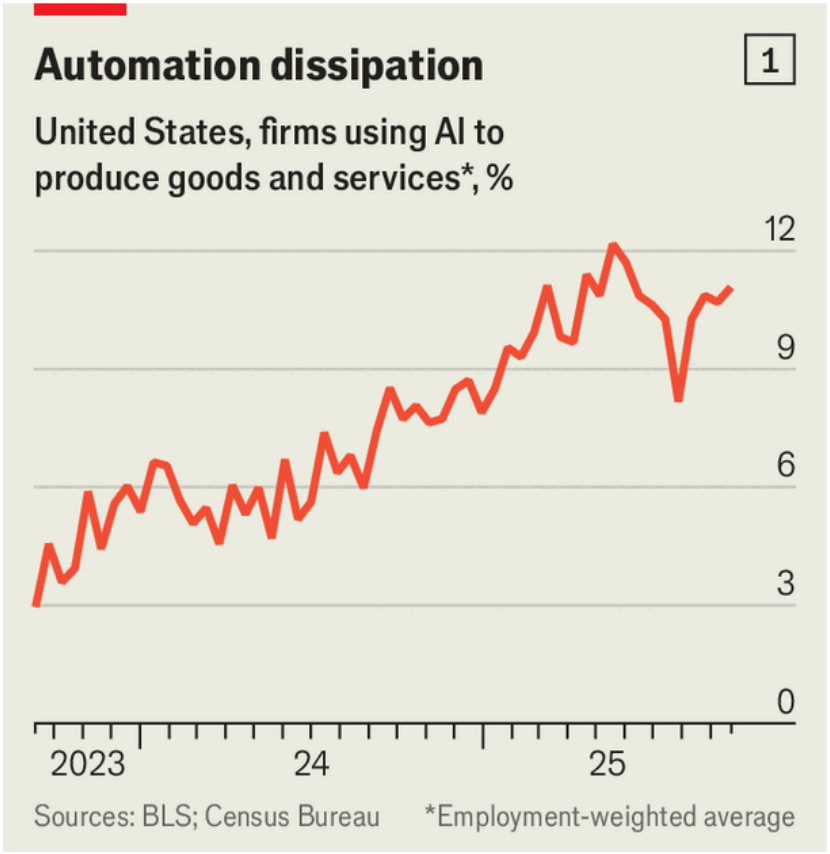
Whatever the executives may say, however, AI is changing business much more slowly than expected. A high-quality survey from America’s Census Bureau finds that a mere 10% of firms are using it in a meaningful way.



# The Economist

Nov 26th 2025

**Investors expect AI use to soar. That’s not happening**

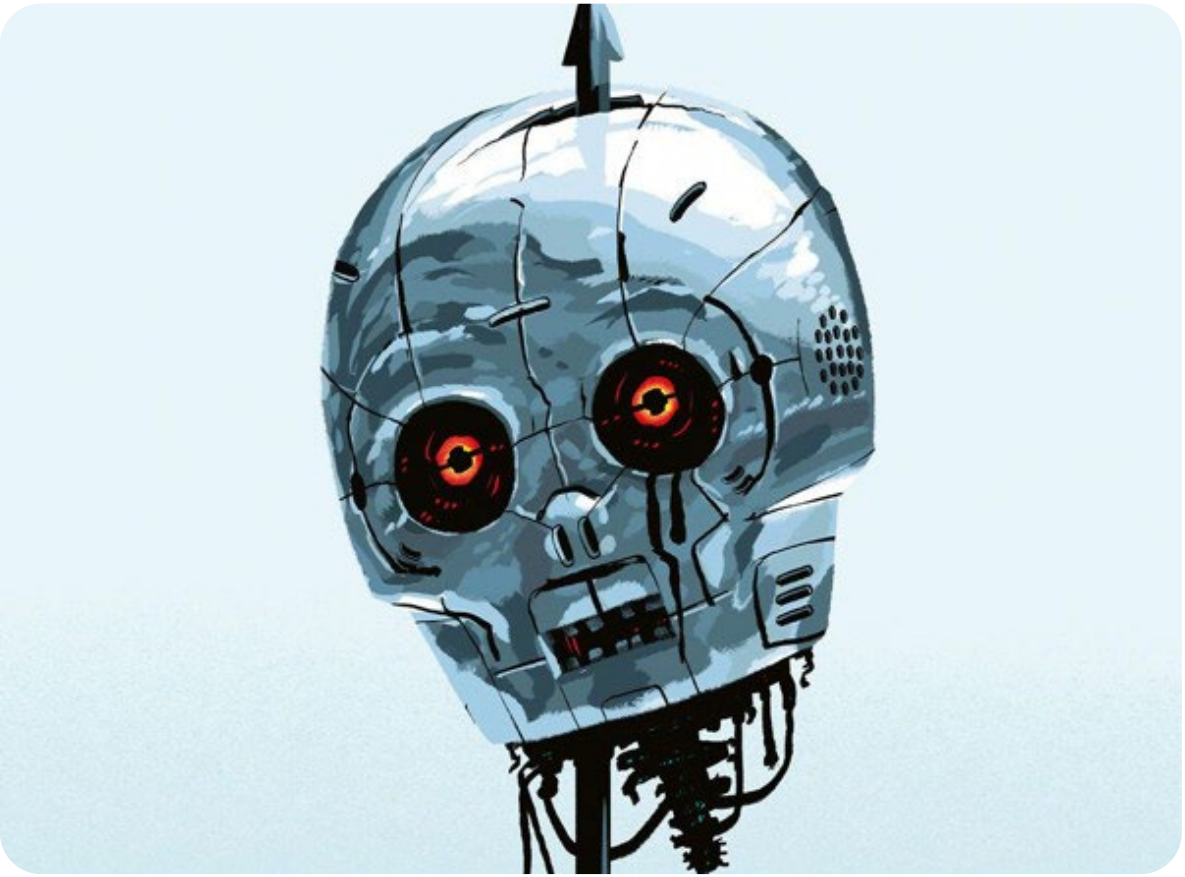


# The Economist

Jun 25th 2026

## The AI backlash is only getting started

Yet this backlash is itself dangerous. AI promises to change the world for the better, much as electricity or the steam engine did. Not long ago, the era-defining problem for the rich world was stagnant economic growth and the populism it unleashed. Now it has a technology that could power a surge in productivity and incomes, help find cures for untreatable diseases and improve everything from education to green tech.
All this could be lost if countries starve the technology of computing power or regulate it into uselessness.



The Economist

Jul 23rd 2026

## A brief history of Luddism

States ultimately decide how fast technology is adopted.

The truly successful opponents of new technology have not been furious workers but those with the power to regulate it.



# 2

# Wo steht die Schweiz?

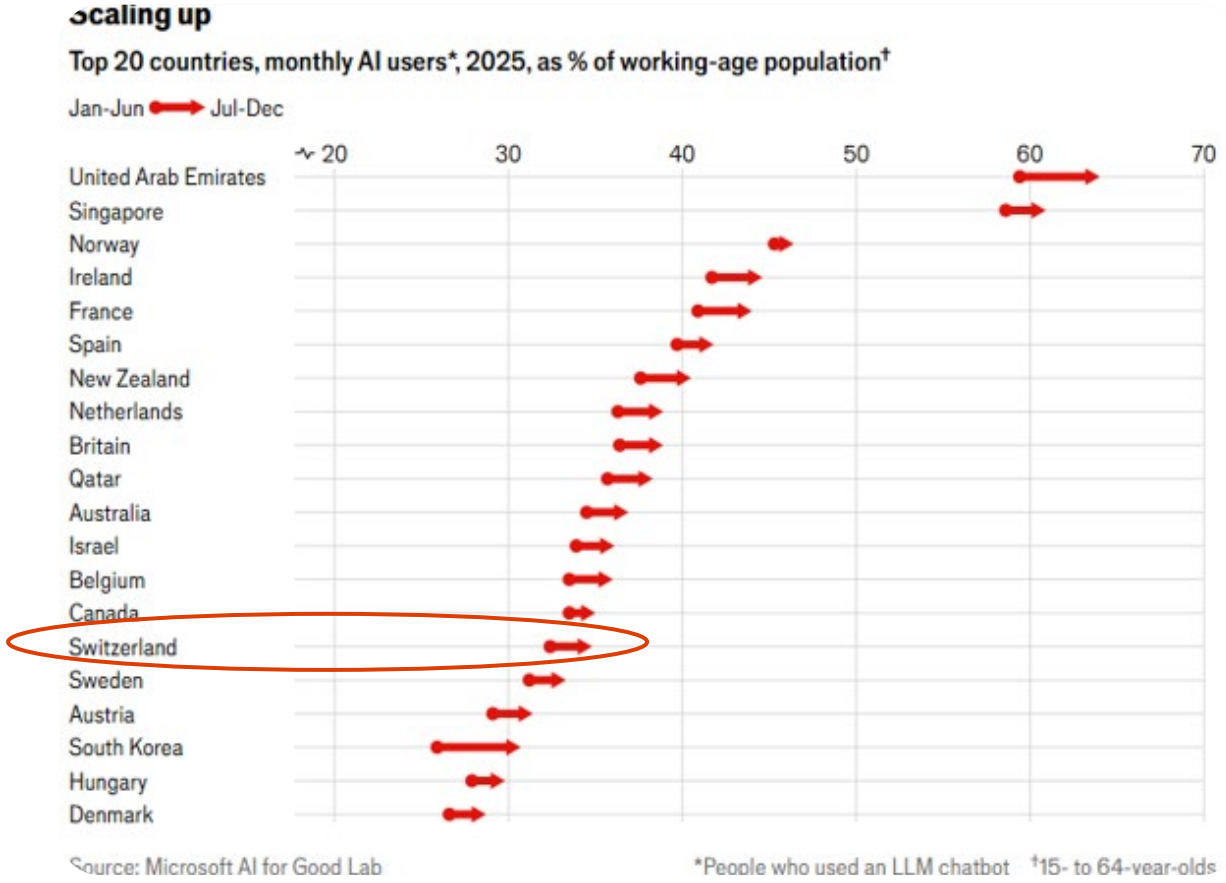
Adoption von KI in der berufstätigen Bevölkerung

# Schweiz in den Top 20…

Economist, Jan 12th 2026

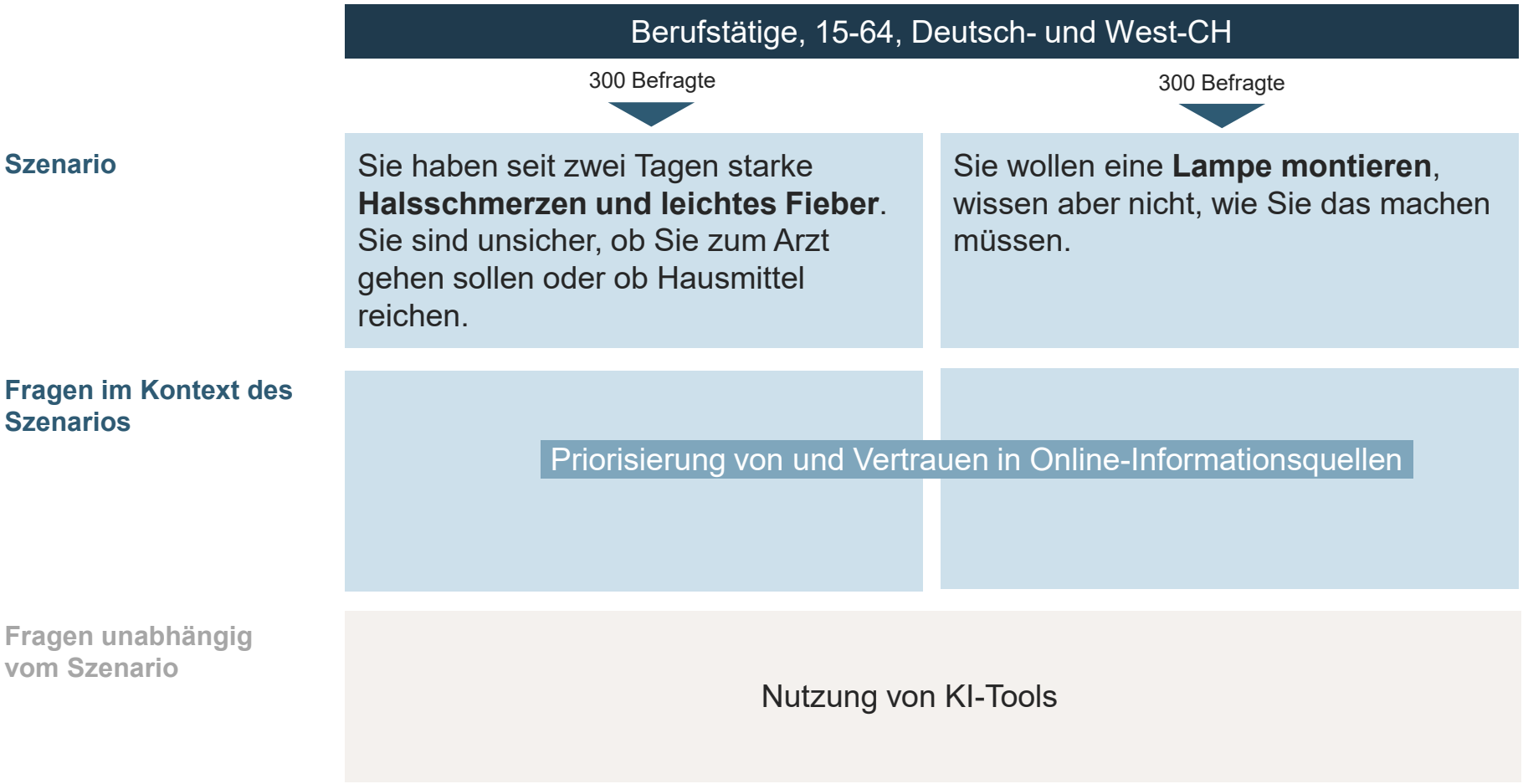
## Which countries are adopting AI the fastest?

Measuring the spread of AI is not straightforward. One method, used by researchers at Microsoft, is to identify the share of people who used Microsoft desktop devices to get access to AI tools—such as ChatGPT, Claude, DeepSeek or Gemini—in a given month.



# Studie mit Berufstätiger Bevölkerung

Online-Informationsverhalten wird im Kontext von zwei konkreten Situationen erfasst.

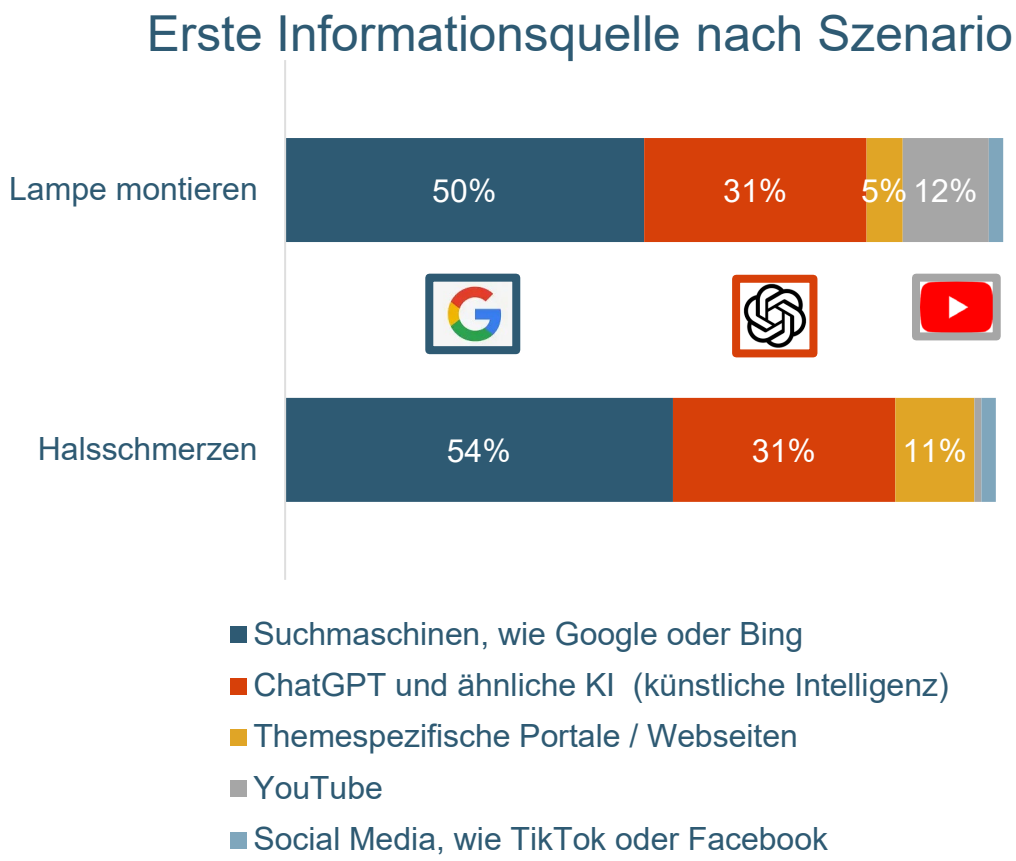





Eigenstudie data IQ - Befragung: Bilendi

# Suchmaschinen sind die mit Abstand wichtigste Online-Quelle

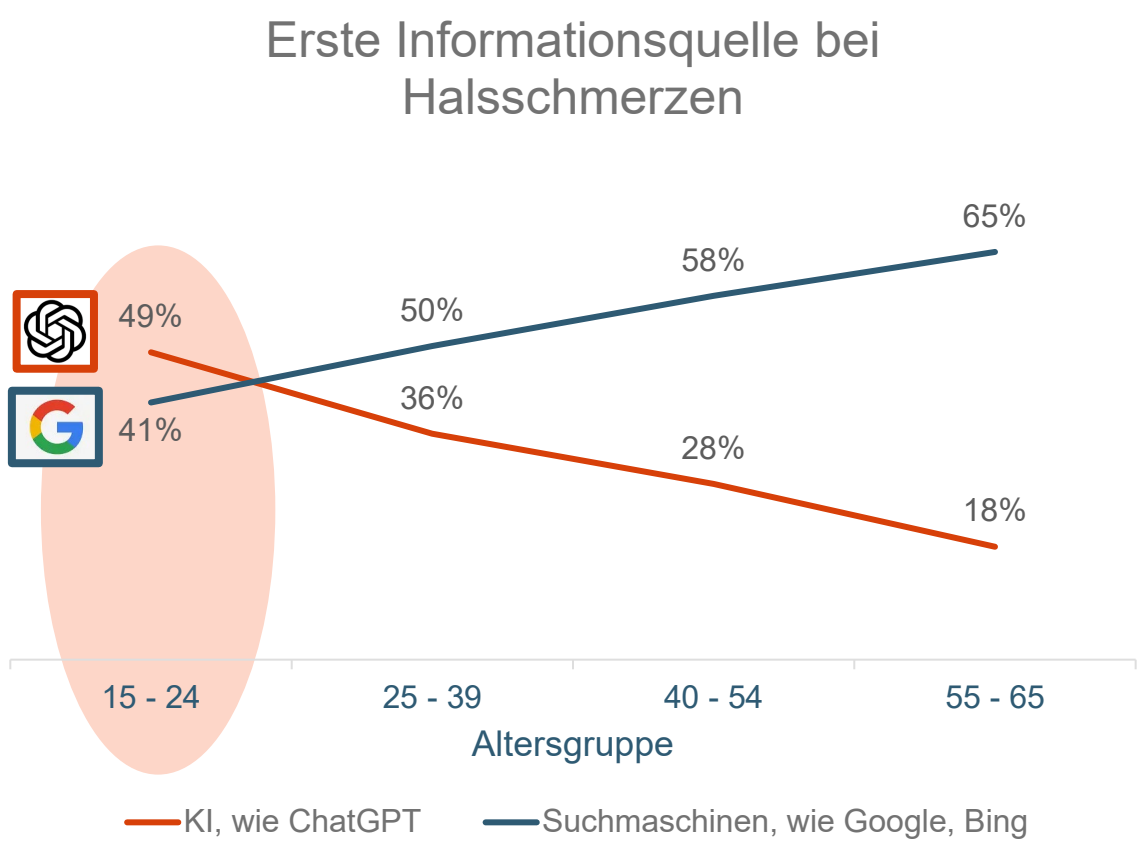
An zweiter Stelle folgen in beiden Szenarien bereits KI-Chatbots wie ChatGPT und ähnliche.

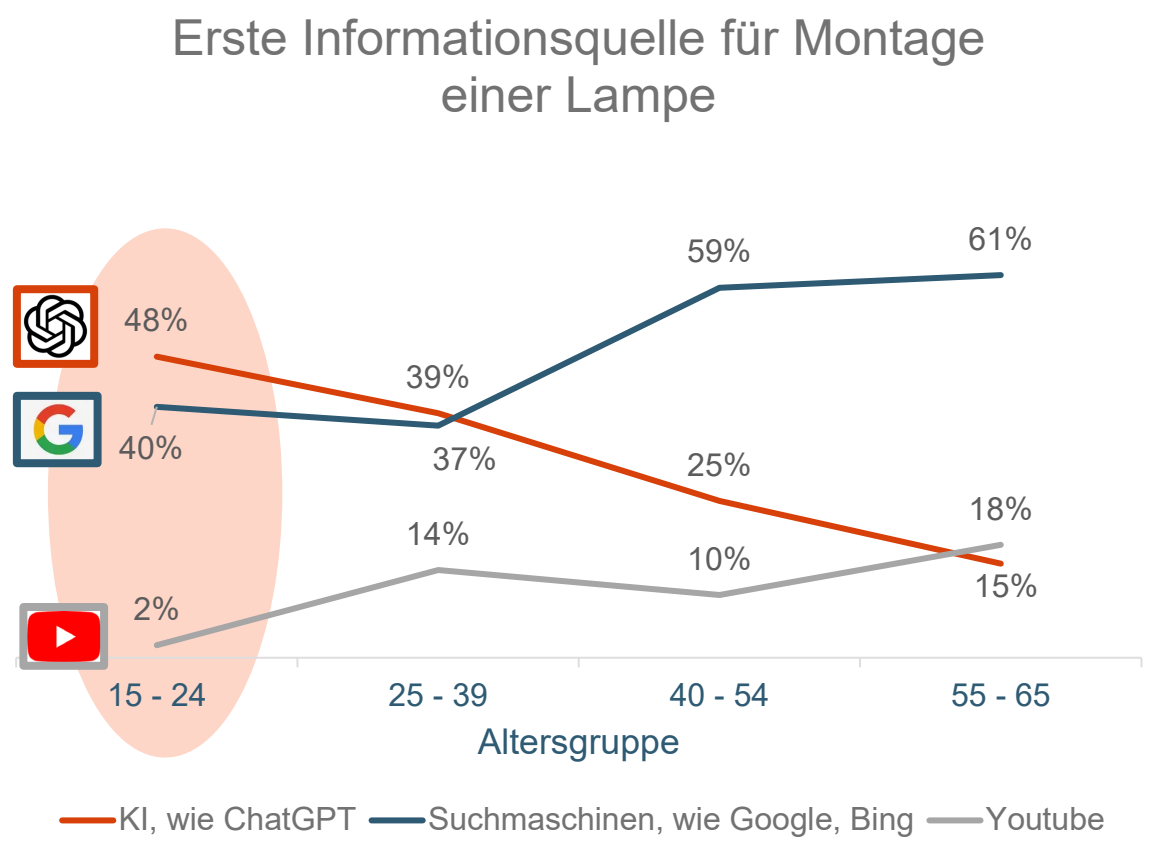



Über alle Altersgruppen hinweg ist die Suchmaschine der wichtigste Einstieg: 52% beginnen die Suche bei Google, Bing & Co. An zweiter Stelle folgen bereits KI-Chatbots wie ChatGPT mit 31%. Alle anderen Quellen haben als erster Schritt eine deutlich geringere Bedeutung: Themenspezifische Sites, wie Gesundheitsportale oder Websites von Apotheken/ Ärzten / Spitälern mit 11% für Halsschmerzen, Youtube mit 12% für “Lampe “montieren”.

# Priorisierte Online-Informationsquelle für die zwei Szenarien

GenZ sucht zuerst beim KI-Chatbot, z.B. ChatGPT, Claude.



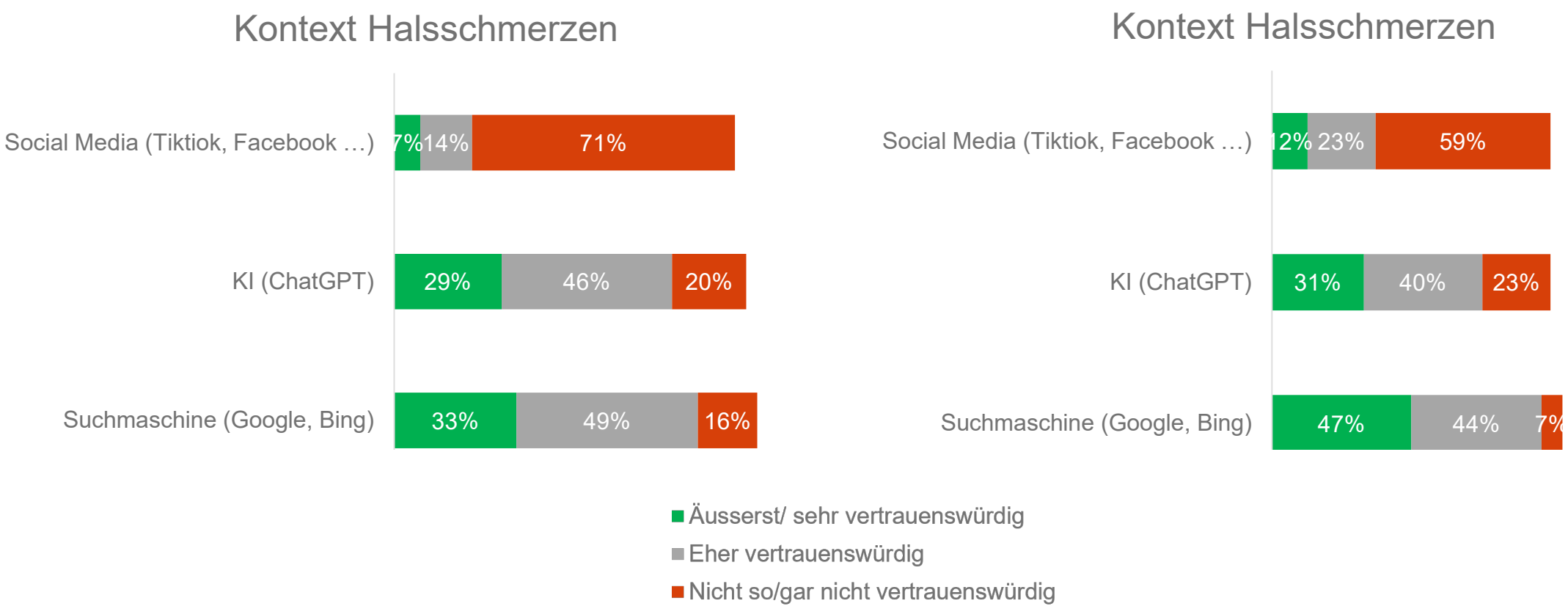






Bilendi

# Vertrauen in KI ist nicht generell geringer als in Google & Co.

Das Vertrauen in Suchmaschinen ist kontextabhängig – und bei medizinischen Fragen vergleichbar mit KI-Chats.



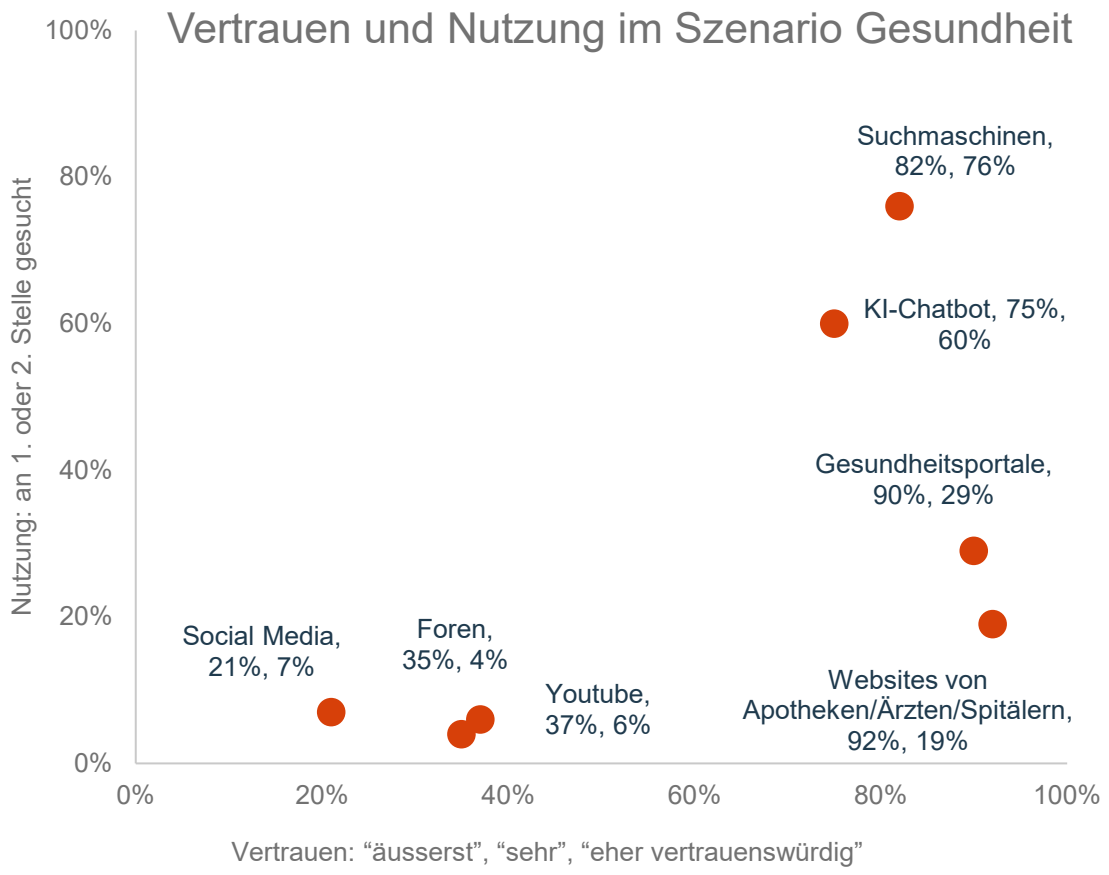



Differenz zu 100%: kenne ich nicht / kann ich nicht beurteilen

Bilendi

# Bequemlichkeit schlägt Vertrauen

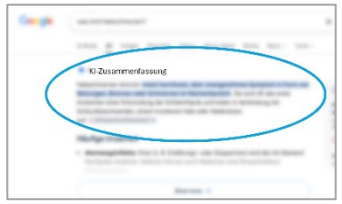
Webseiten von Apotheken, Spitälern oder Ärzten erreichen 92% Vertrauen, werden aber nur von 19% als 1./2. genutzt.

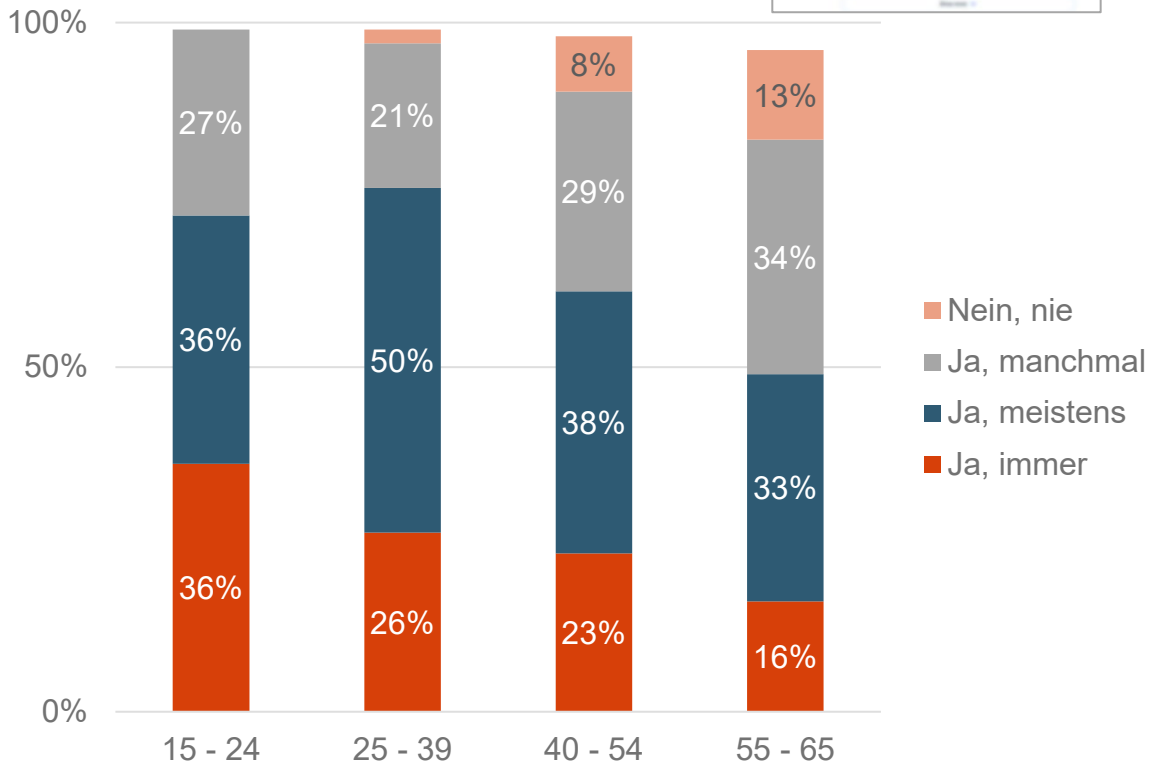


# “Googeln” bedeutet häufig, die KI-Zusammenfassung lesen.

GenZ und Millennials konsultieren wahrscheinlich die angezeigten Links oder Web-Sites weniger oft.

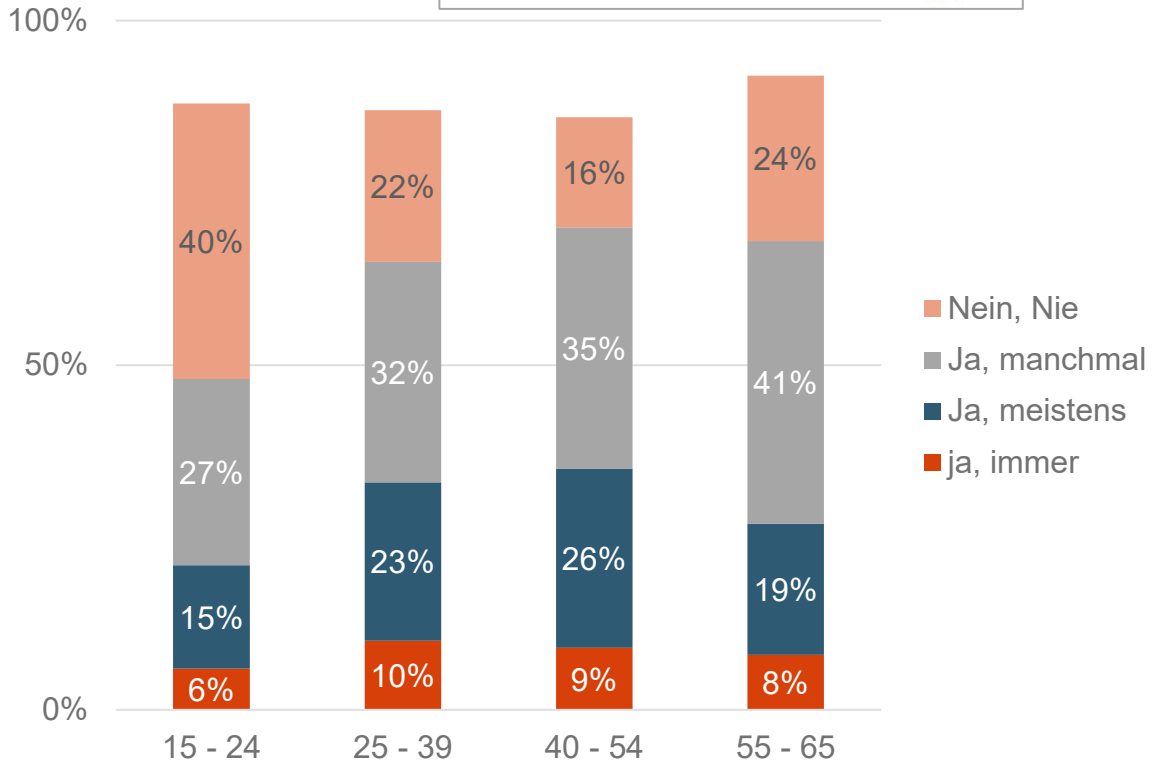
## Nutzung KI-Zusammenfassungen






## Nutzung KI-Modus



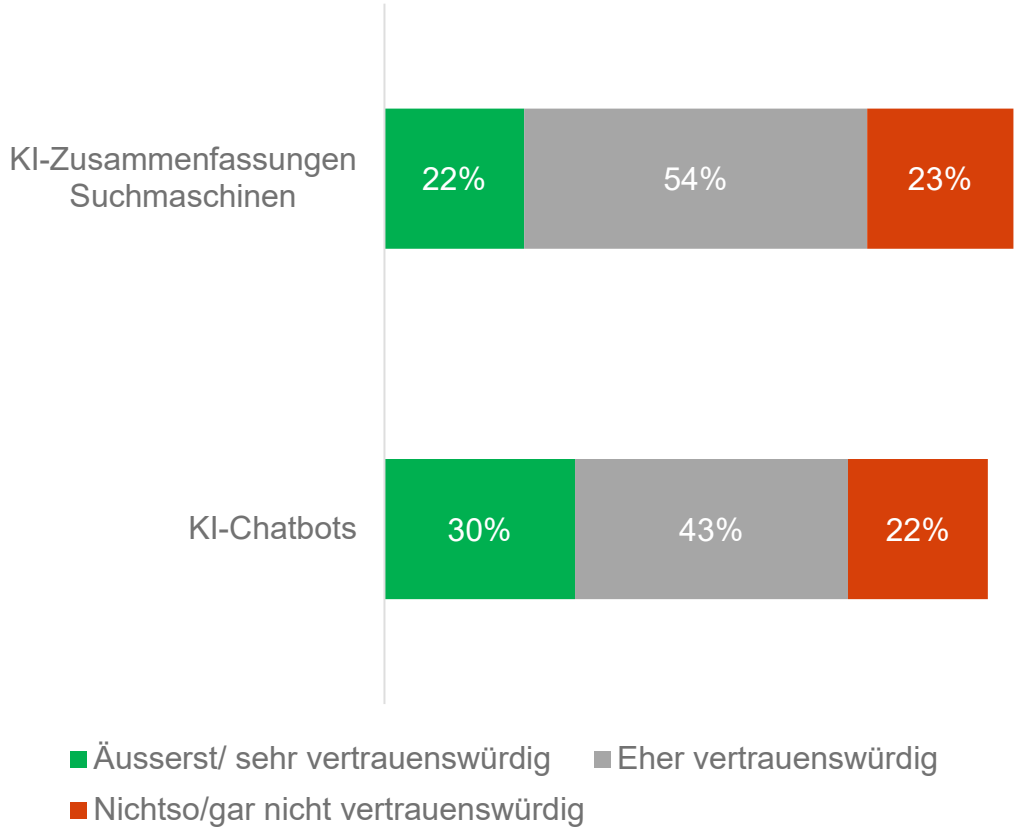






Differenz zu 100%: kenne ich nicht / weiss nicht

# Vertrauen in KI-Zusammenfassungen ähnlich wie in KI-Chatbots

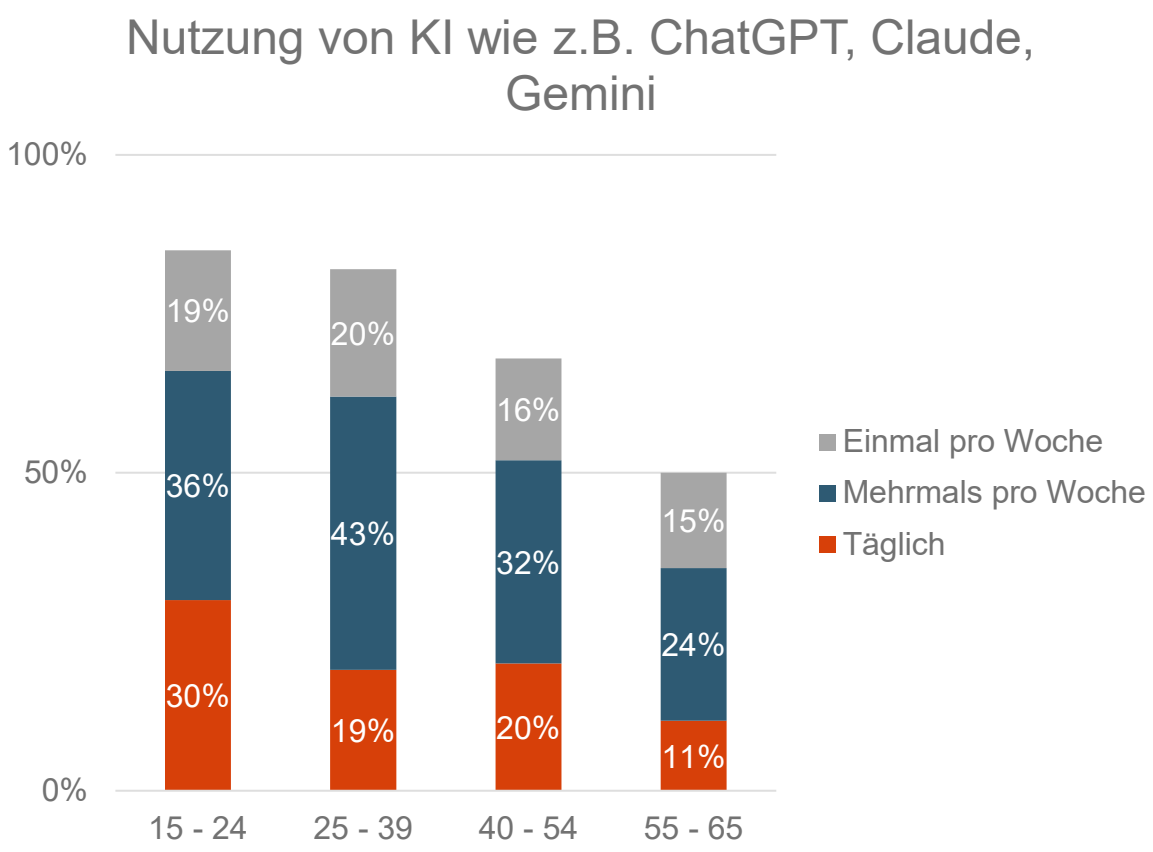
Etwa drei von vier Befragten haben Vertrauen in KI-Ergebnisse.




Differenz zu 100%: kenne ich nicht / kann ich nicht beurteilen

# GenZ und Millennials sind bereits heavy-user von KI-Chatbots

Ab 40 Jahren geht die Nutzung klar zurück. Allerdings nutzen auch 50% der Boomer KI-Chatbots regelmässig.

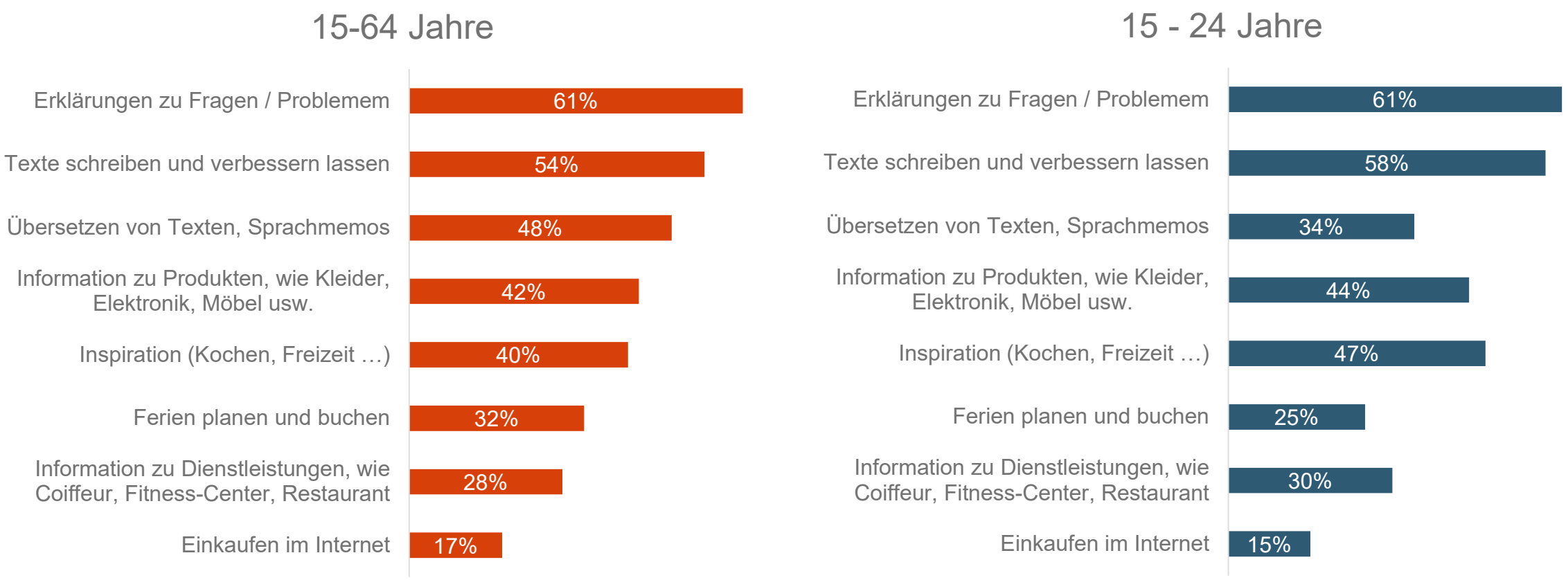





Bilendi

# KI wird vor allem genutzt* für “Fragen” und “Schreiben”.

KI-Chats führen zur Zeit noch nicht direkt zum Kauf – hier dominieren Suchmaschinen und e-commerce Seiten.




* Private Nutzung



Basis: n=600 / n= 80; Filter: nutzt KI Chatbots, wie ChatGPT oder Claude

Bilendi

SI



# Quellen

economist.com

Eigenstudie data IQ AG
Alte Steinhauserstrasse 33
6330 Cham
www.data-iq.ch
stefan.oglesby@data-iq.ch