

# AI Slop auf dem Vormarsch

KI-Inhalte zwischen Faszination und Vertrauenskrise



September 2026

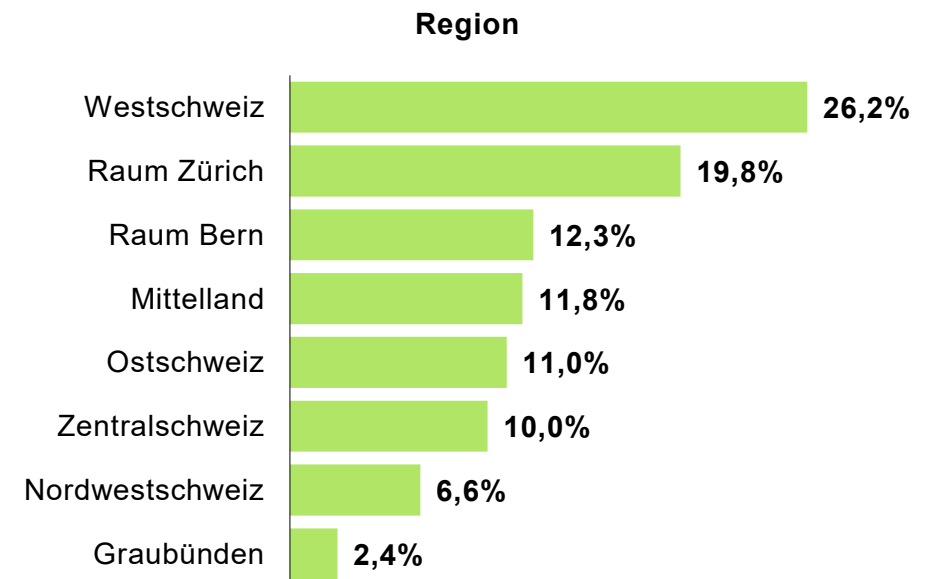
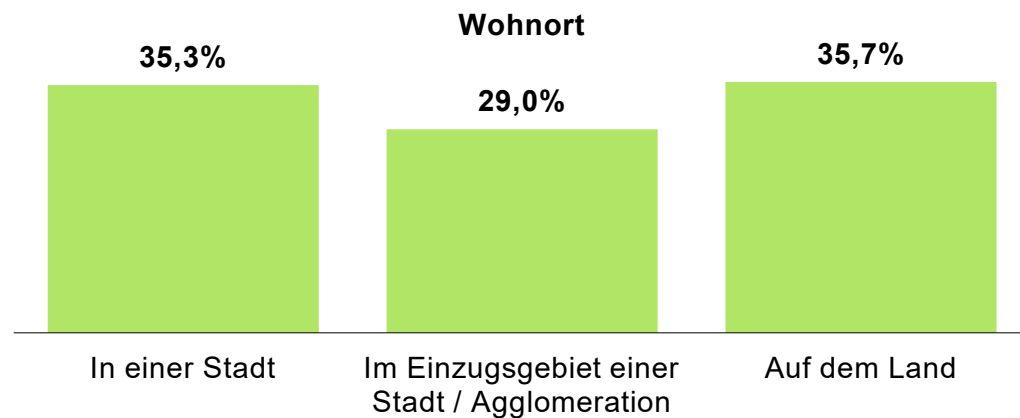
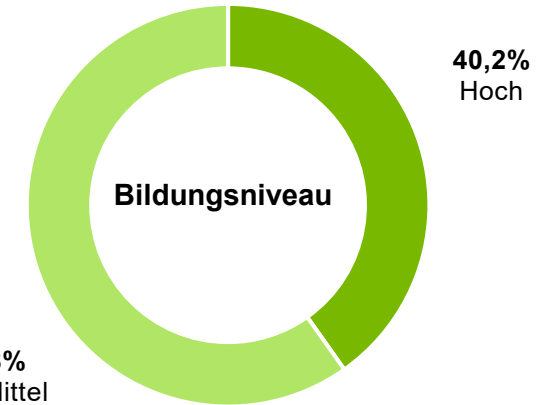
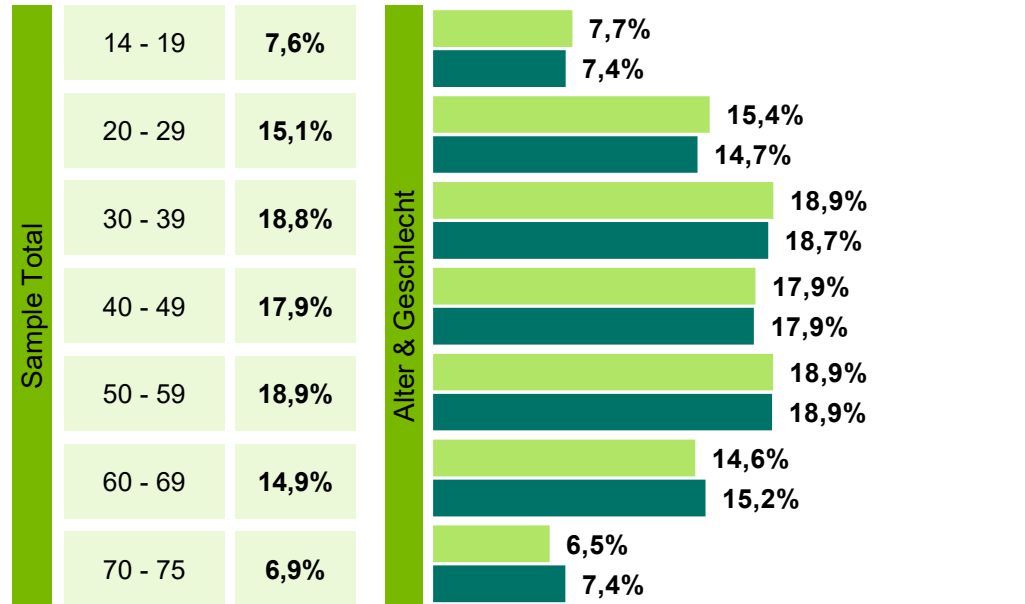
**marketagent.**

# Umfrage-Basics | Studien-Steckbrief

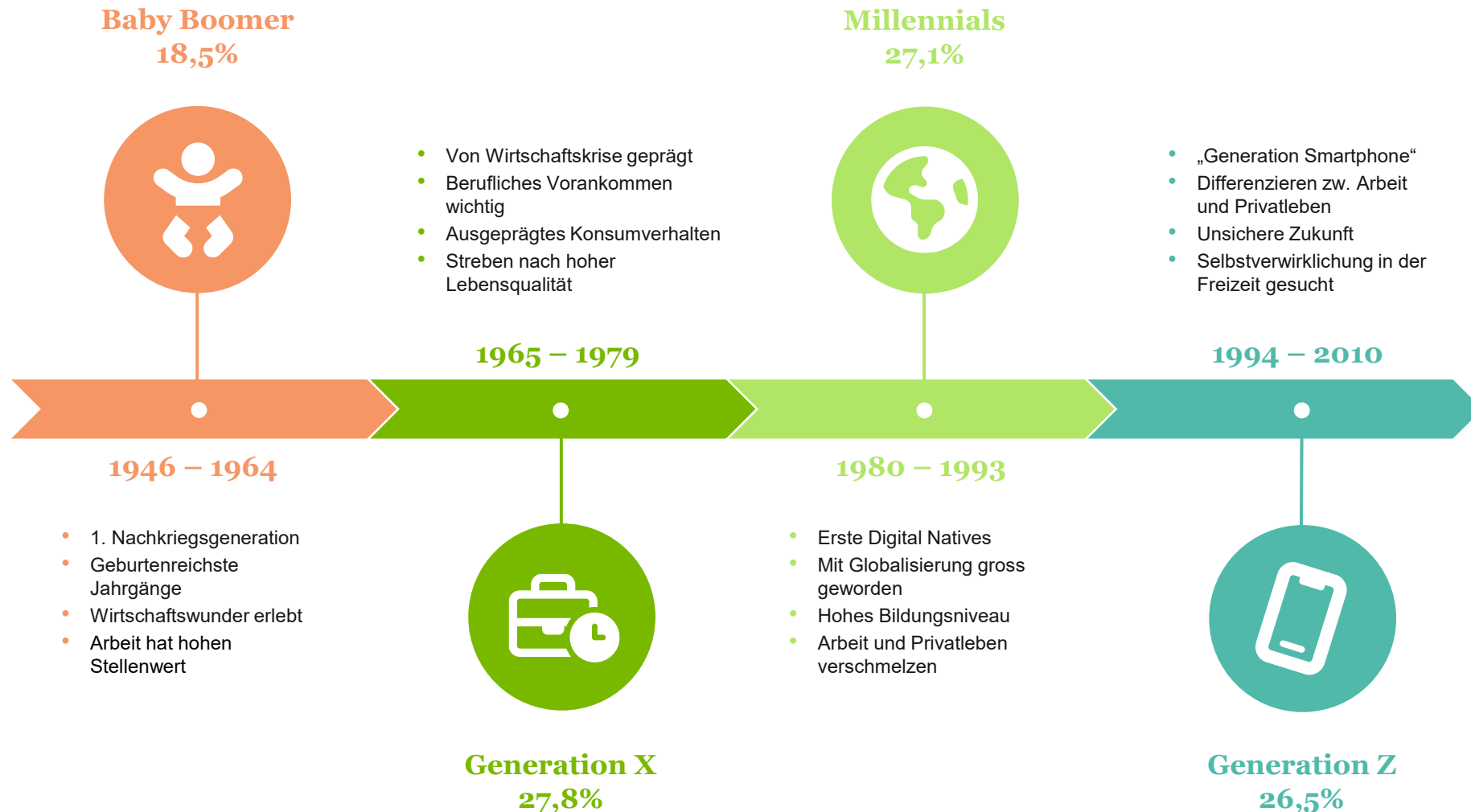
|                         |                                                                                   |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Auftraggeber</b>     | Eigenstudie                                                                       |
| <b>Methode</b>          | CAWI   Marketagent Online Access Panel                                            |
| <b>Sample-Größe</b>     | n = 1.000 Netto-Interviews                                                        |
| <b>Kernzielgruppe</b>   | Personen im Alter zwischen 14 und 75 Jahren   Inzidenz: 100%                      |
| <b>Quotensteuerung</b>  | Sample repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung   Random Selection   gewichtet |
| <b>Feldzeit</b>         | 29.07.2026 - 07.08.2026                                                           |
| <b>Studienumfang</b>    | 14 Fragen                                                                         |
| <b>Mobile Teilnahme</b> | 60,2%                                                                             |

# Zusammensetzung des Samples | n = 1.000

♂ 50,3% ♀ 49,7% Divers: 0,0%



# Generationen im Überblick | n = 1.000

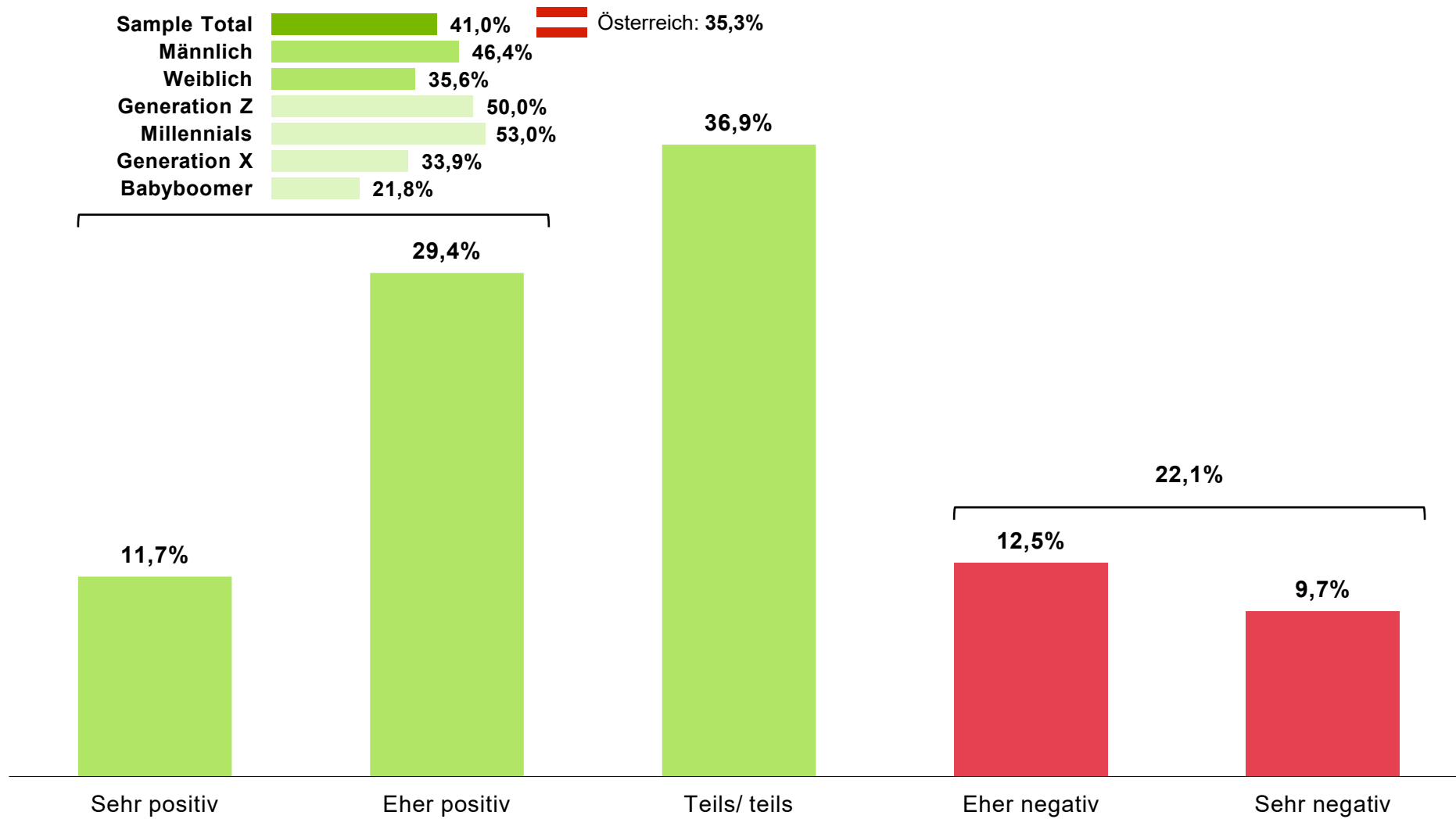


Alpha: 0,2%

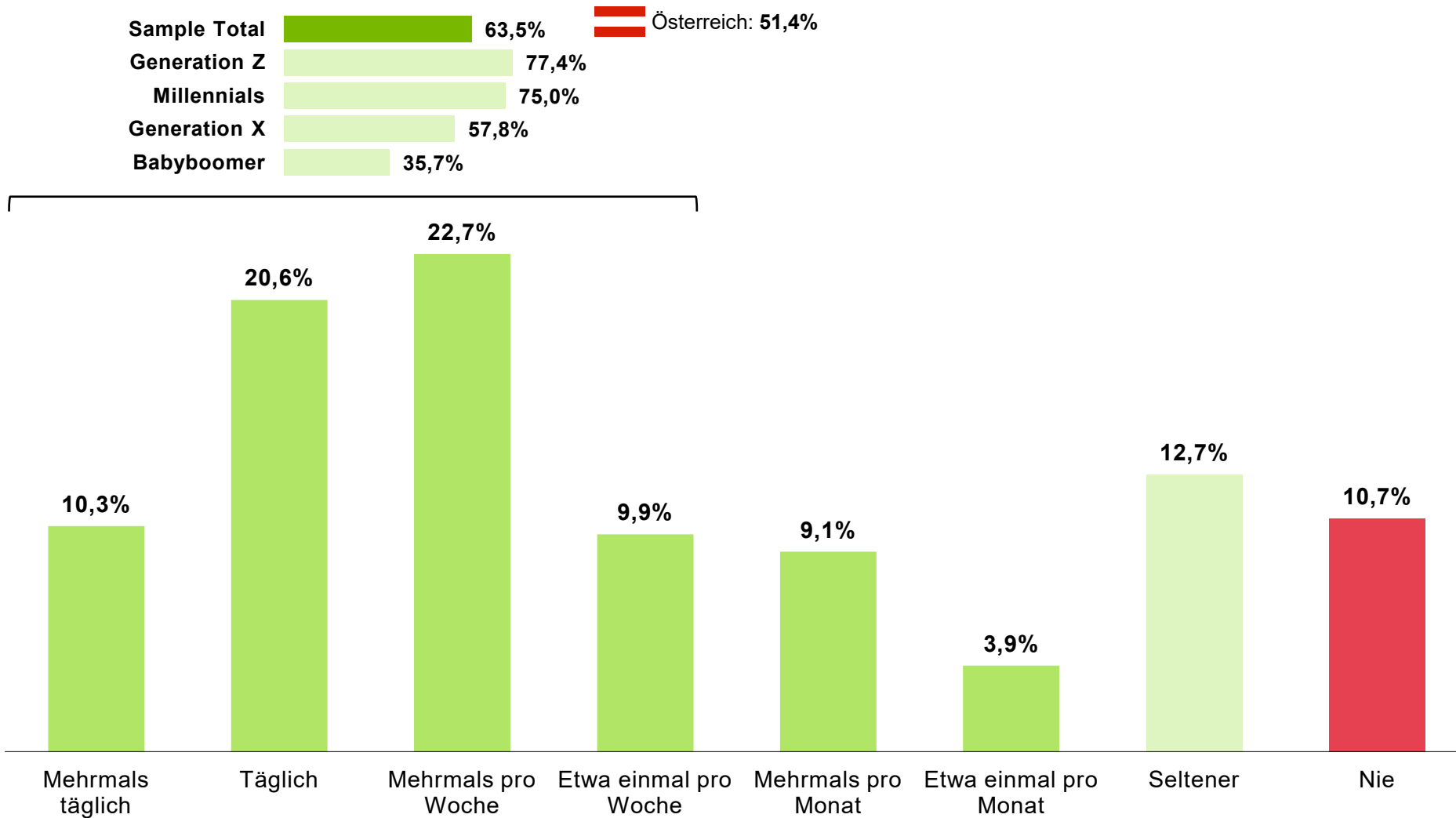
## Fact-Box:

- **Aktive Nutzung von KI, ambivalente Haltung:** 4 von 10 zeigen eine positive Haltung zu Künstlicher Intelligenz (41% | Generation Z: 50%, Millennials: 53%), 22% eine negative. 63% nutzen zumindest einmal pro Woche aktiv eine KI (Generation Z: 77%); vornehmlich zur schnellen Recherche (56%).
- **Hohe Präsenz von KI-Inhalten, geringe Begeisterung:** 6 von 10 nehmen häufig KI-generierte Inhalte wahr (62%). Die zunehmende Verbreitung wird von 43% (eher) negativ empfunden und ebensoviele konsumieren diese (eher) ungern (43%). Die Qualität der KI-Inhalte wird mit einem Mittelwert von 3,3 nur als mittelmäßig bewertet.
- **Unsicherheit bei Erkennung, massiver Wunsch nach Kennzeichnung:** Nur rund ein Drittel fühlt sich sicher, KI-Inhalte zu erkennen (34% | Generation Z: 49%). Geachtet wird vor allem auf unnatürlich wirkende Elemente (47%) sowie eine explizite Kennzeichnung (40%). 83% fordern eine klare Kennzeichnung von KI-Inhalten.
- **AI Slop und Content Flut:** 73% nehmen eine Zunahme an belanglosen KI-Inhalten („Content-Flut“) wahr. 6 von 10 sind der Ansicht, dass KI-Inhalte hochwertige menschliche Inhalte verdrängen. Der Begriff „AI Slop“ ist bisher erst einem Drittel bekannt (33% | Generation Z: 54%). Die Mehrheit erwartet eine zunehmende Verbreitung (74%).

# Grundhaltung zu KI



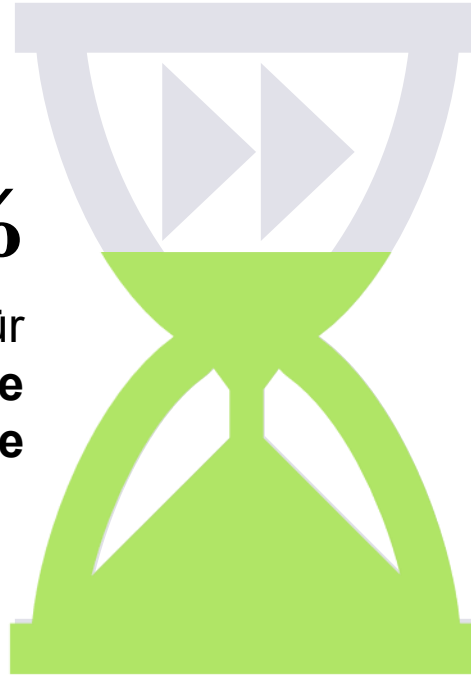
# Aktive Nutzung von KI



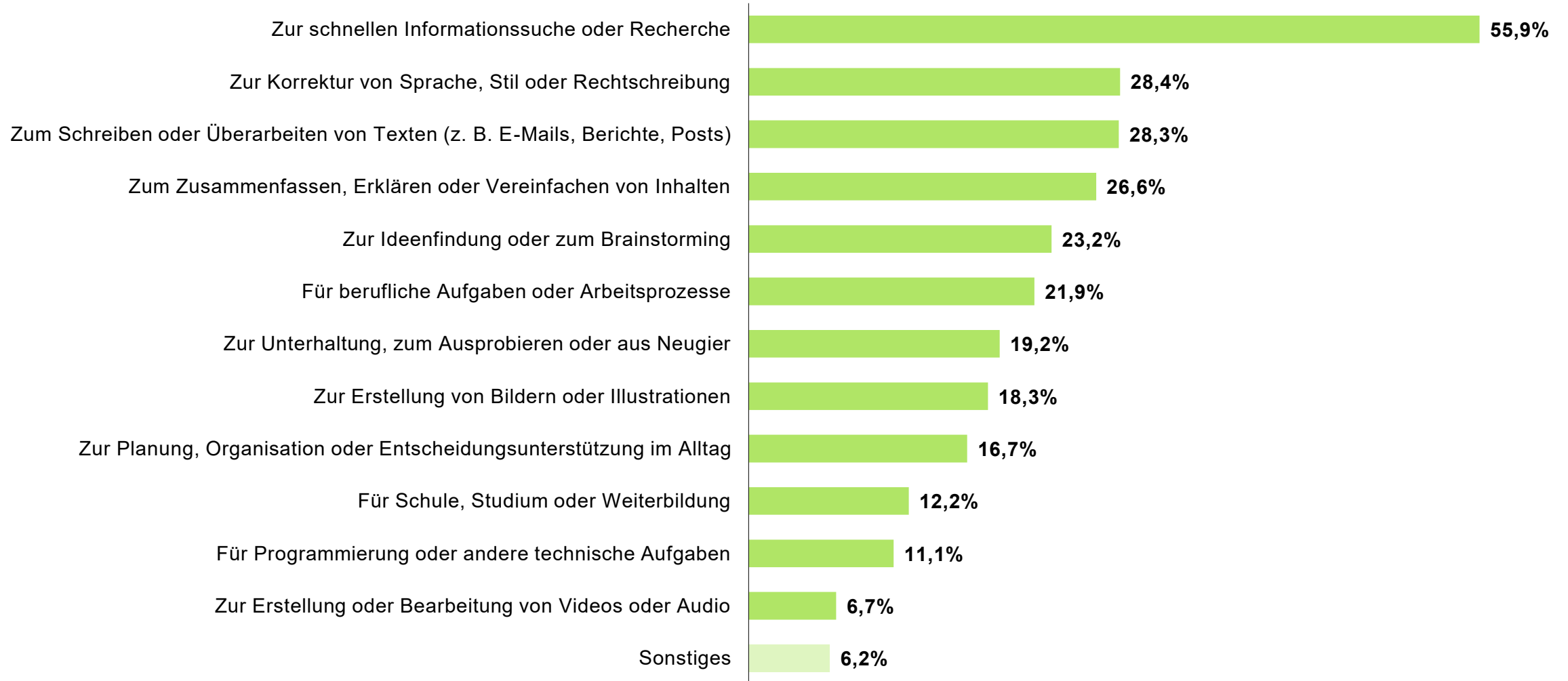
Wie häufig nutzen Sie KI aktiv? || n=1.000

# Hauptsächlicher Nutzungszweck von KI

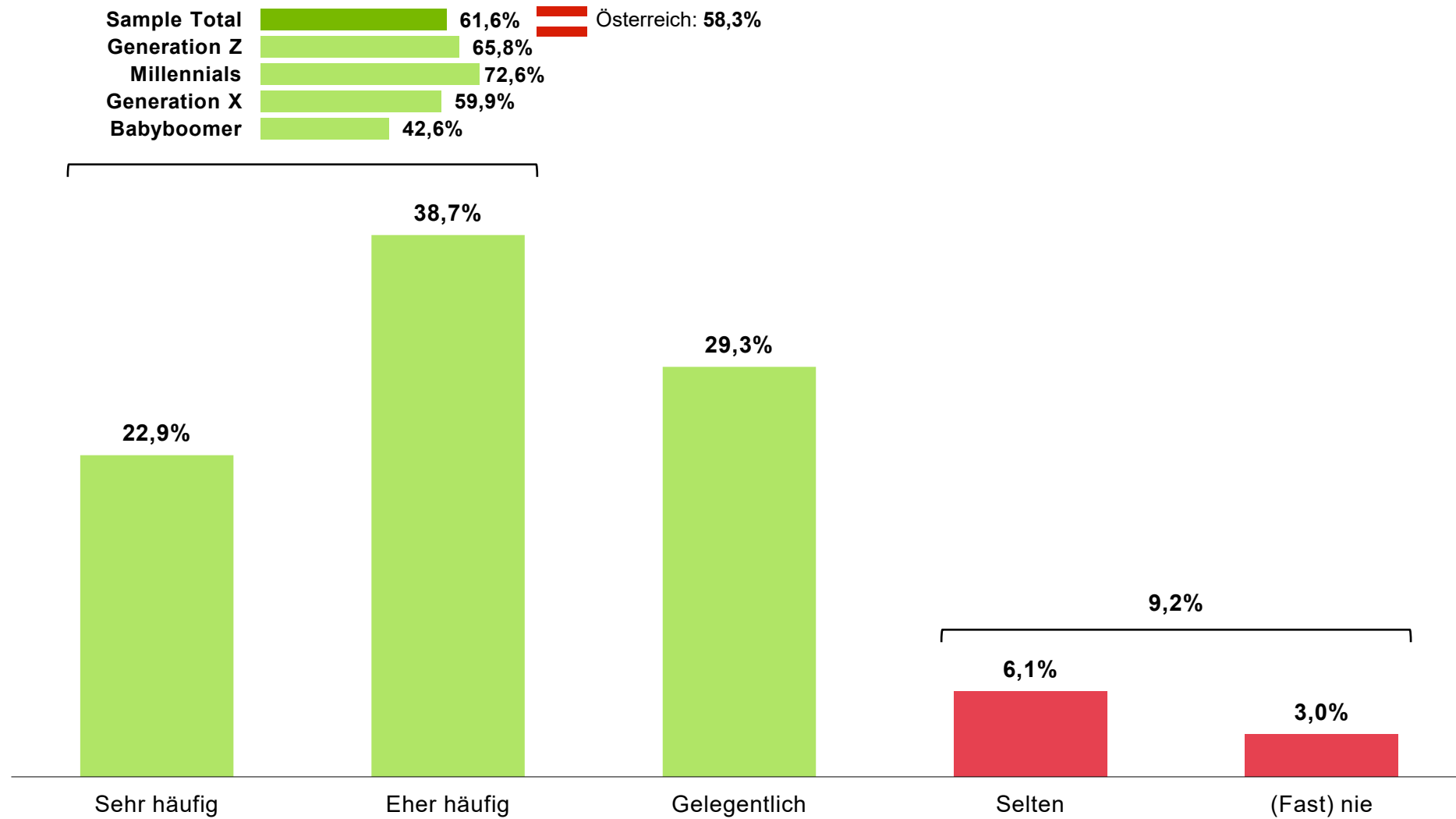
**55,9%**  
nutzen KI hauptsächlich für  
**schnelle Informationssuche  
oder Recherche**



# Hauptsächliche Nutzungszwecke von KI

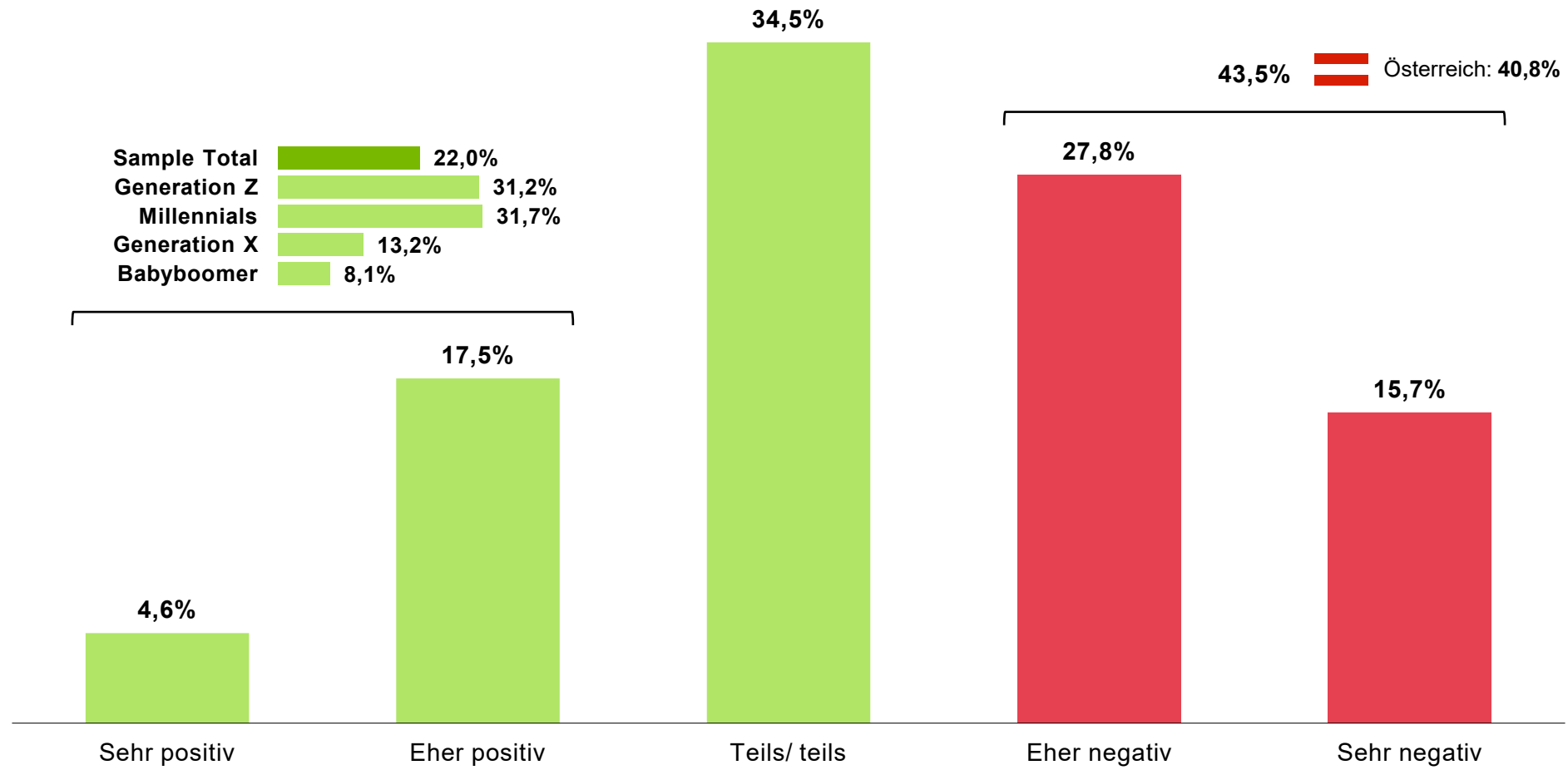


# Häufigkeit der Wahrnehmung von KI-generierten Inhalten



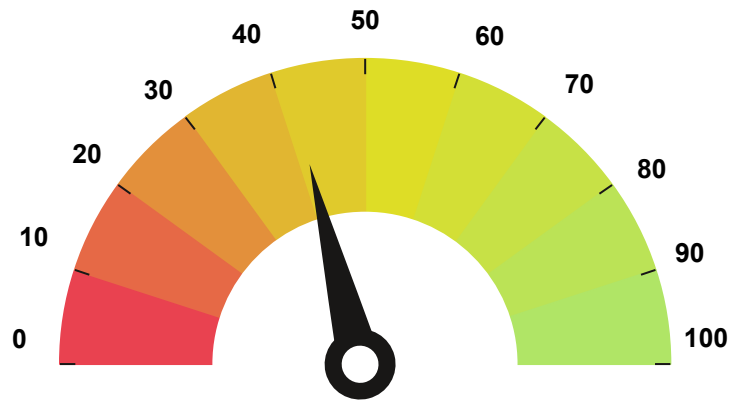
Wie häufig stoßen Sie auf Inhalte, von denen Sie vermuten, dass sie KI-generiert sind? || n=1.000

# Bewertung der zunehmenden Verbreitung von KI-Inhalten



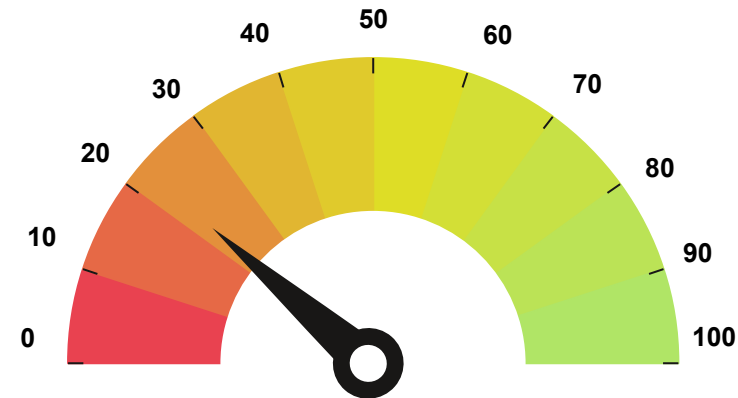
Wie bewerten Sie die zunehmende Verbreitung von KI-generierten Inhalten insgesamt? || n=1.000 || MW 2,7 (Skala von "5 = Sehr positiv" bis "1 = Sehr negativ")

# Grundhaltung zu KI & Bewertung der Verbreitung von KI-Inhalten



**41,0%**

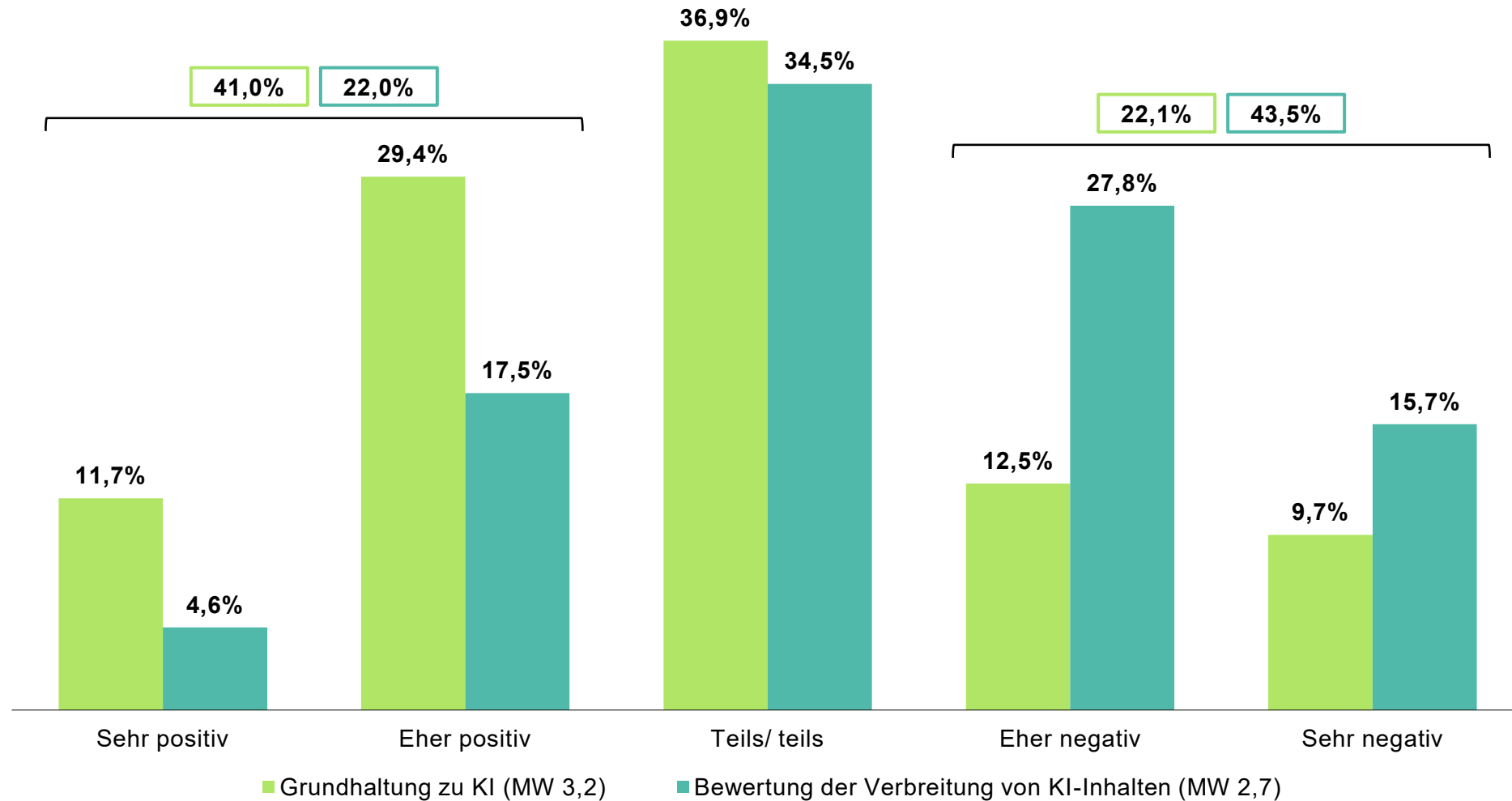
Grundhaltung zu KI



**22,0%**

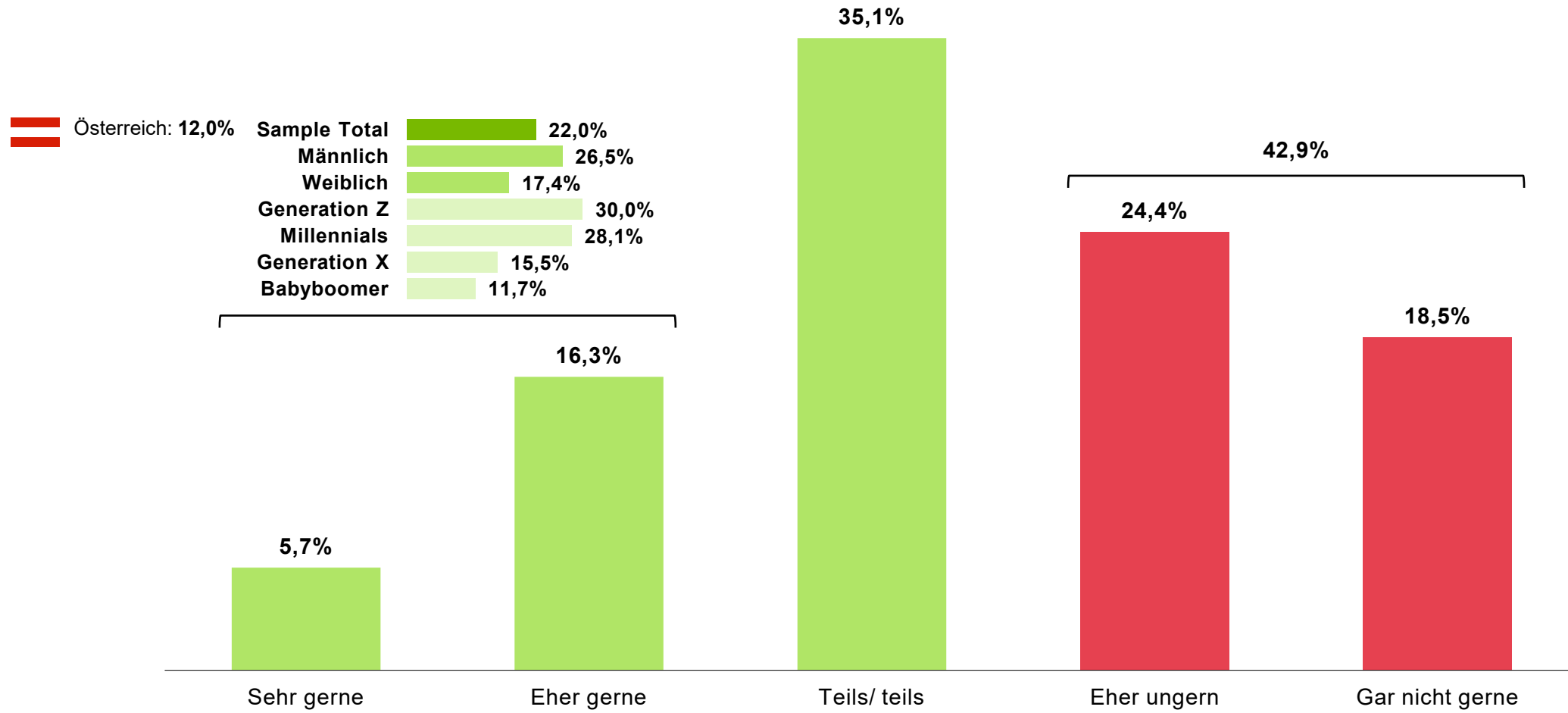
Bewertung der zunehmenden  
Verbreitung von KI-Inhalten

# Grundhaltung zu KI & Bewertung der Verbreitung von KI-Inhalten



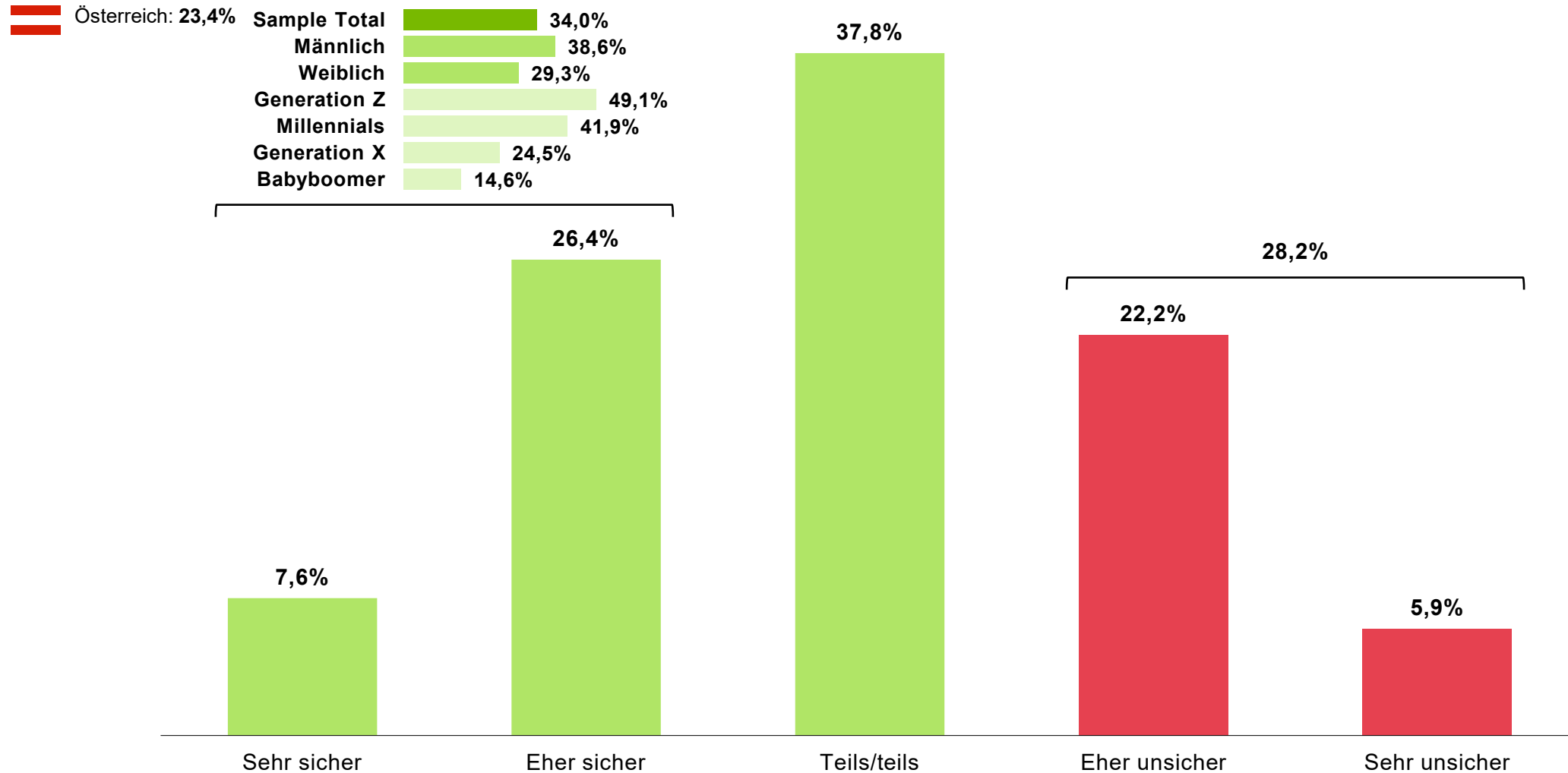
Summary: : [...] Wie stehen Sie persönlich ganz grundsätzlich zu Künstlicher Intelligenz (KI)? || Wie bewerten Sie die zunehmende Verbreitung von KI-generierten Inhalten insgesamt? || n=1.000 || Skala von "5 = Sehr positiv" bis "1 = Sehr negativ"

# Konsum von KI-generierten Inhalten



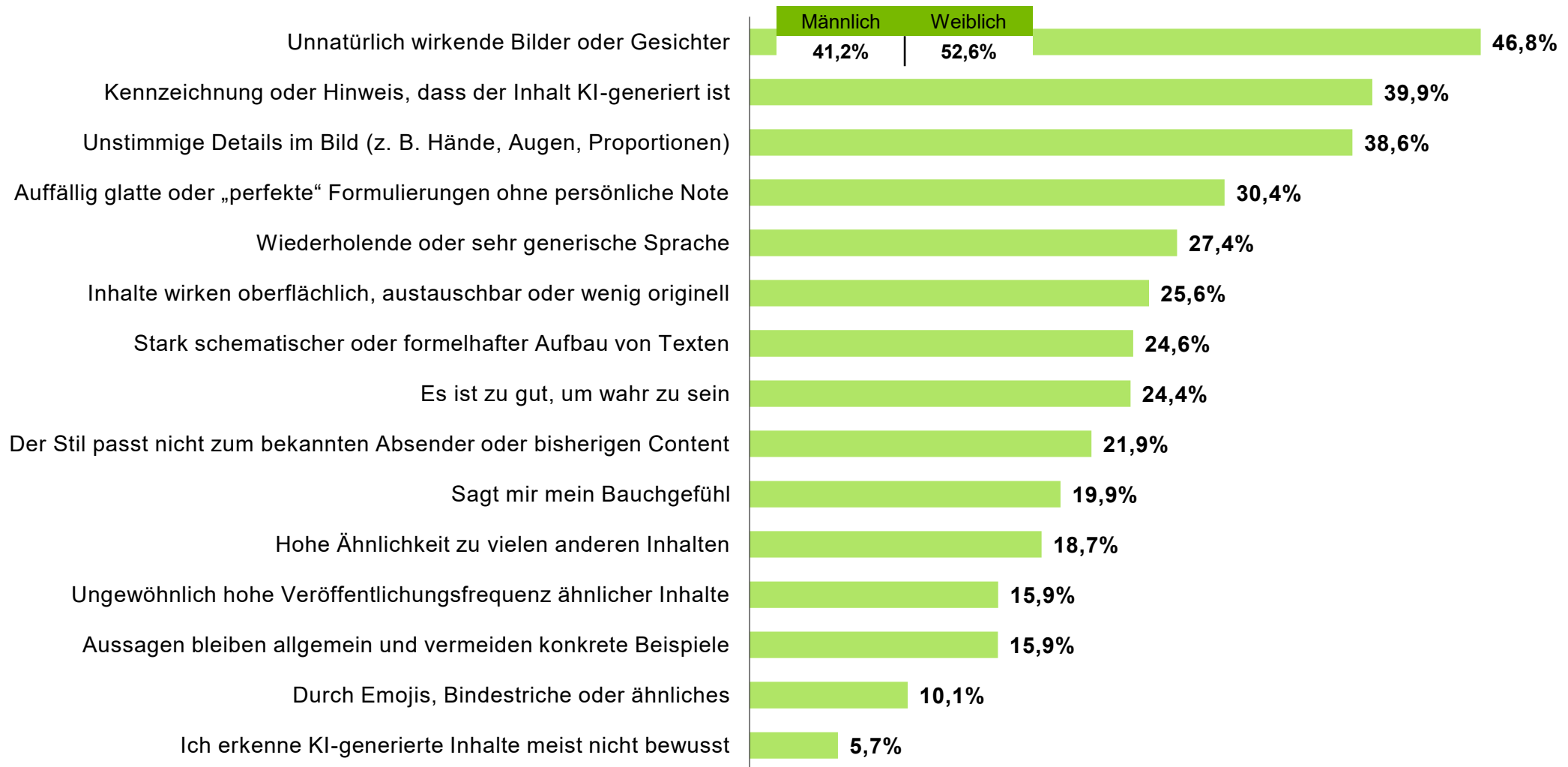
Wie gerne konsumieren Sie KI-generierte Inhalte? || n=1.000 || MW 2,7 (Skala von "5 = Sehr gerne" bis "1 = Gar nicht gerne")

# Sicherheit beim Erkennen von KI-Inhalten

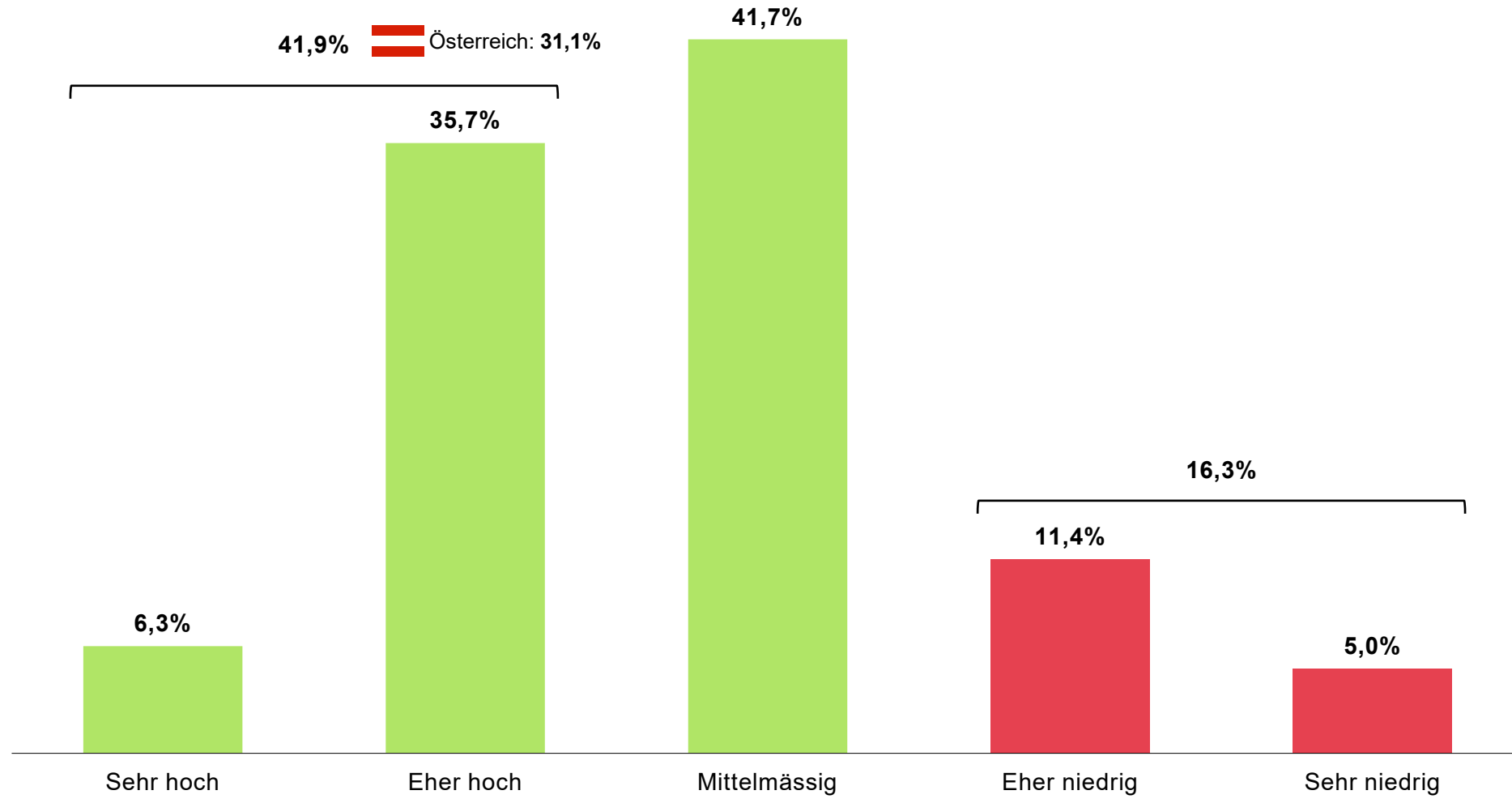


Wie sicher sind Sie darin, KI-generierte Inhalte zu erkennen? || n=1.000 || MW 3,1 (Skala von "5 = Sehr sicher" bis "1 = Sehr unsicher")

# Erkennungsmerkmale von KI-Inhalten

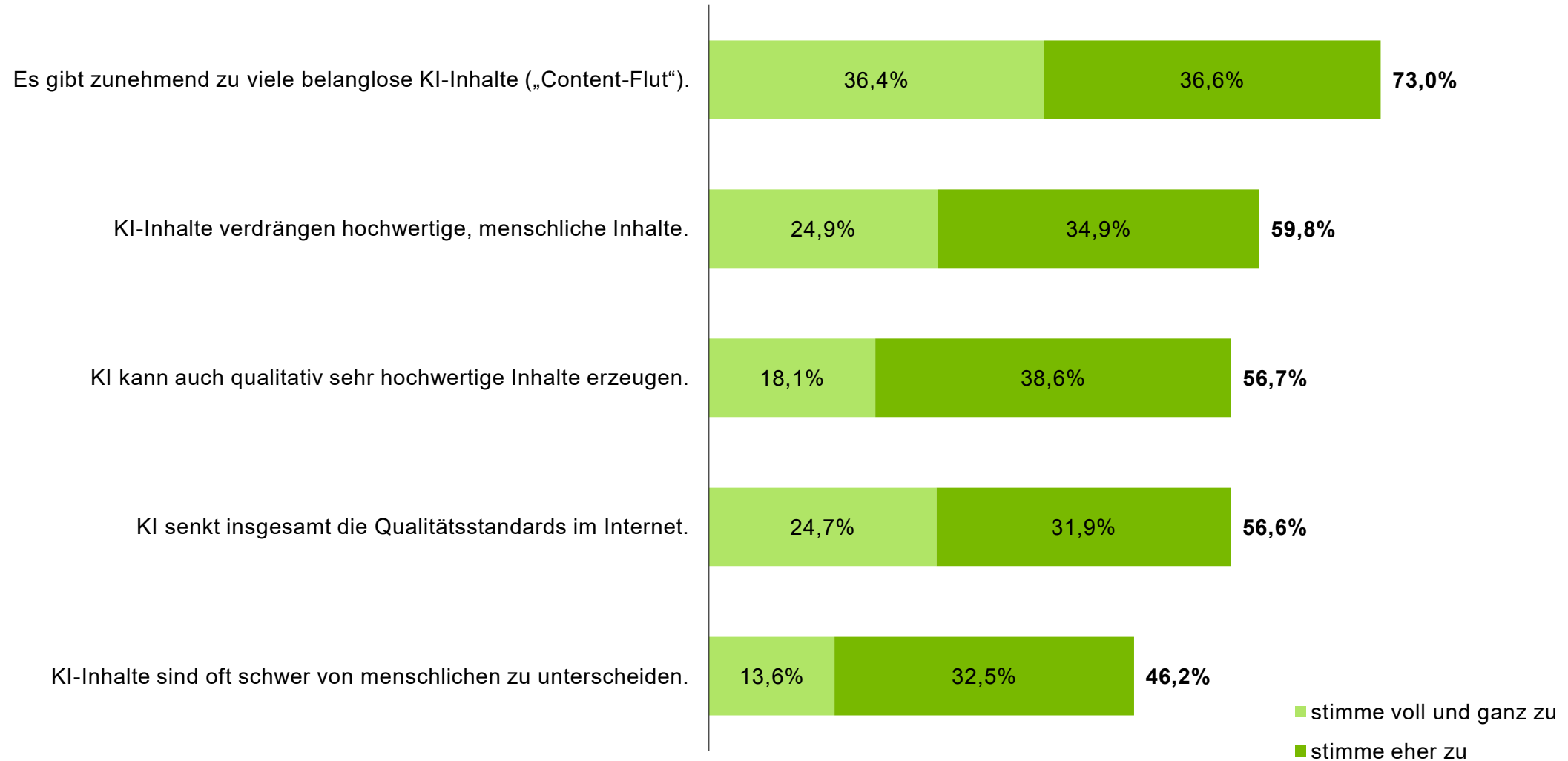


# Wahrgenommene Qualität von KI-Inhalten



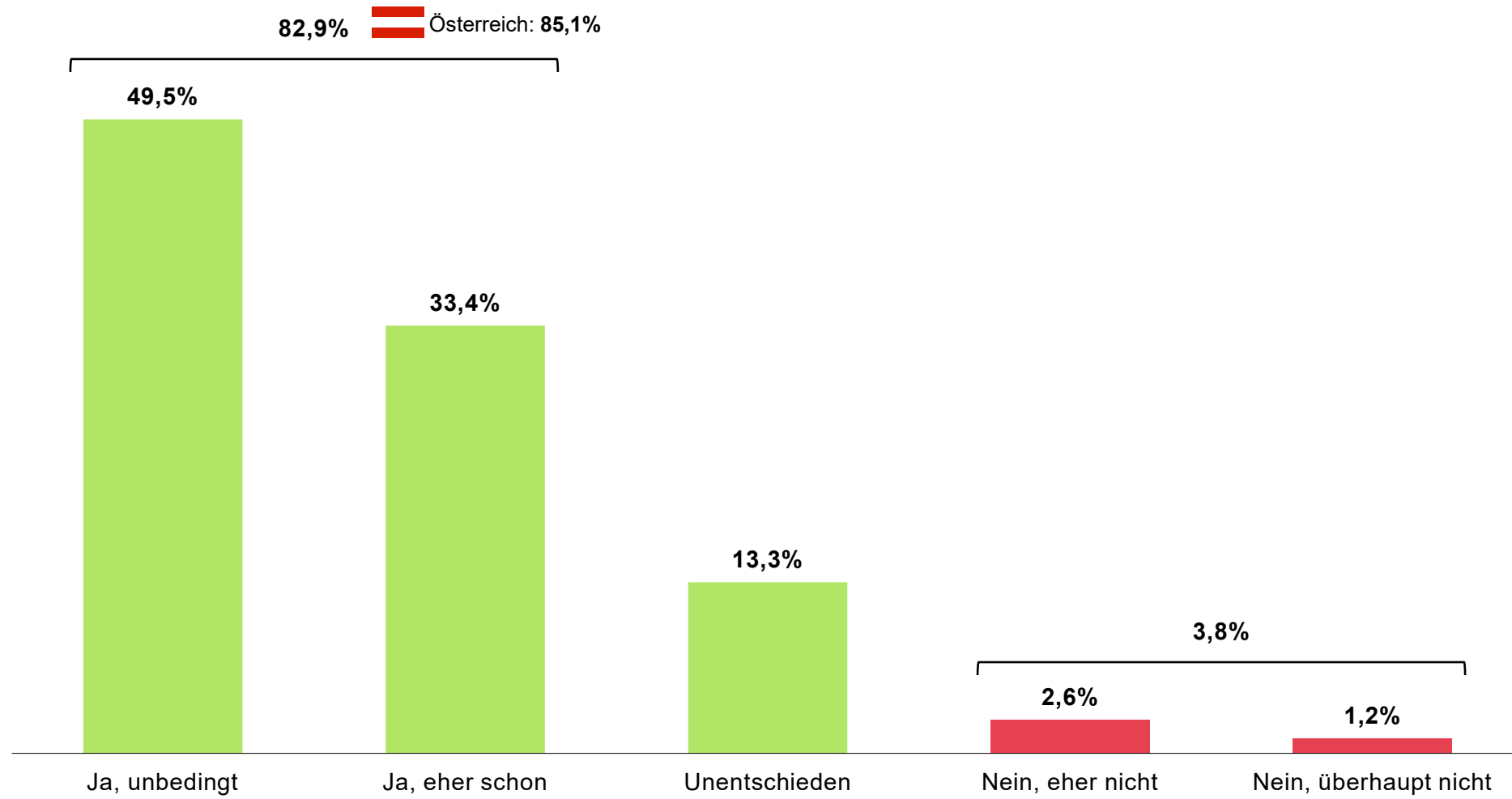
Wie würden Sie die Qualität vieler KI-generierter Inhalte insgesamt bewerten? || n=1.000 || MW 3,3 (Skala von "5 = Sehr hoch" bis "1 = Sehr niedrig")

# Qualität und Wirkung von KI-Inhalten



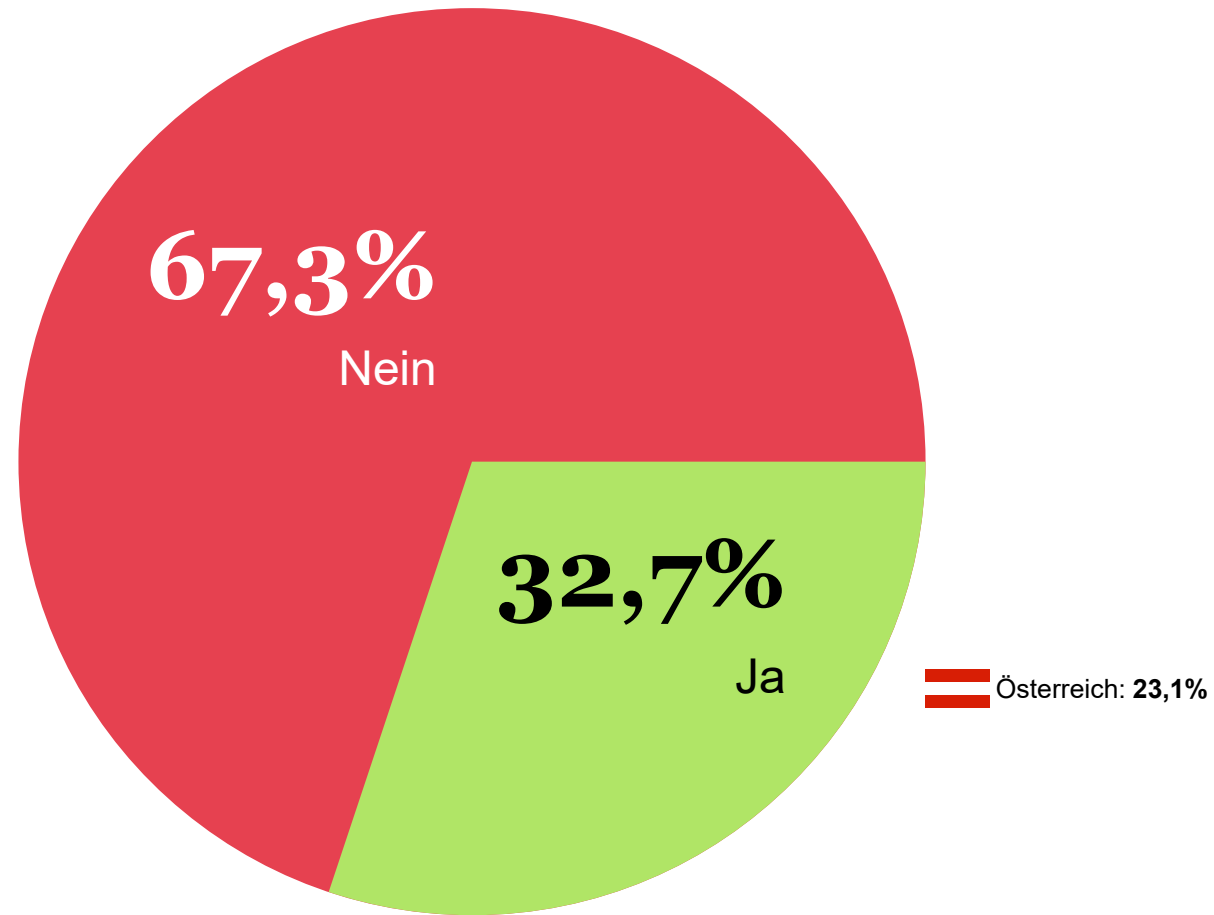
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? || Top-2-Box: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu || n=1.000

# Wichtigkeit der Kennzeichnung von KI-Inhalten

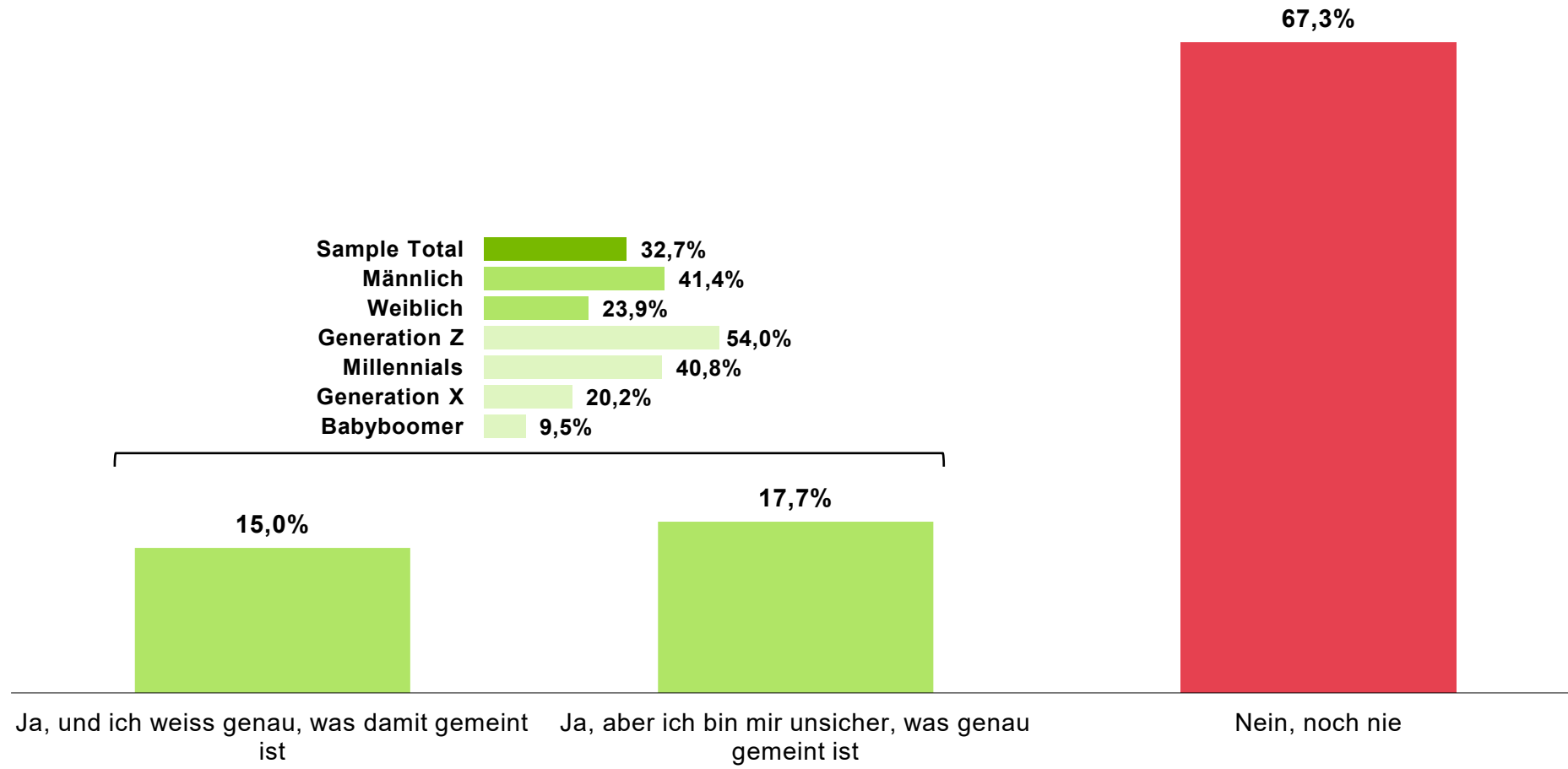


Was glauben Sie: Wird es in Zukunft wichtiger, KI-Inhalte klar zu kennzeichnen? || n=1.000 || MW 4,3 (Skala von "5 = Ja, unbedingt" bis "1 = Nein, überhaupt nicht")

# Bekanntheit des Begriffs AI Slop

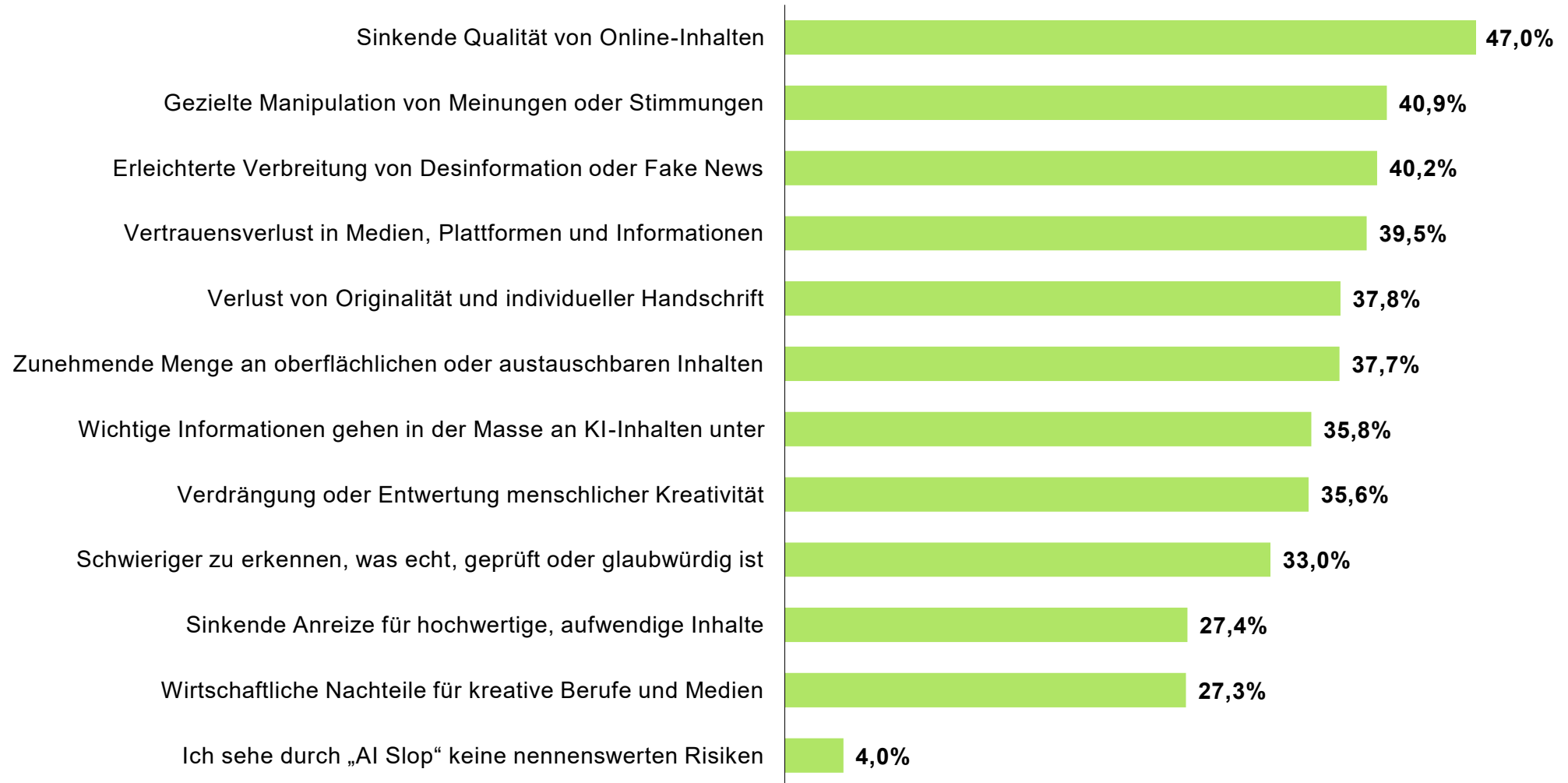


# Bekanntheit des Begriffs AI Slop



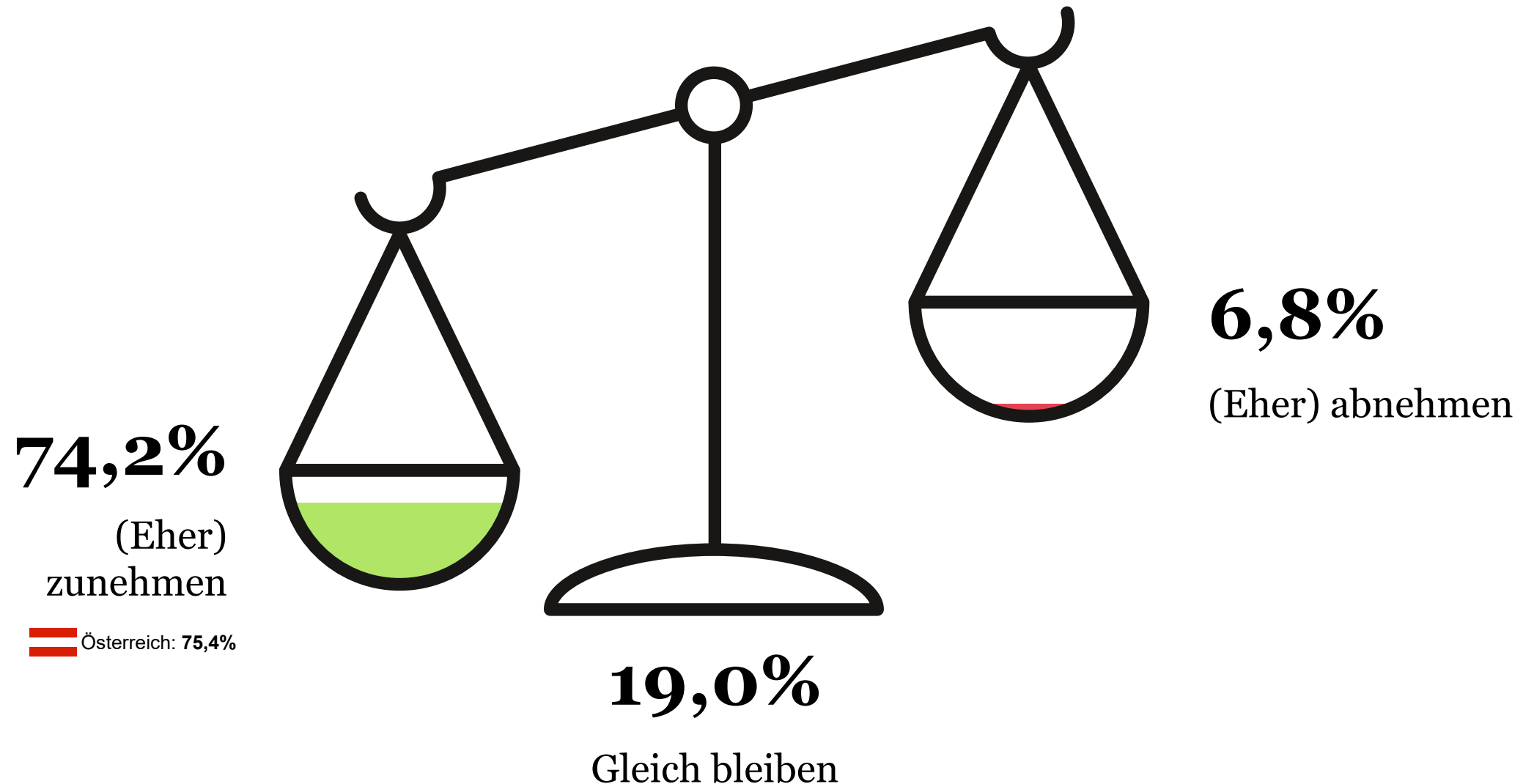
Haben Sie den Begriff „AI Slop“ schon einmal gehört oder gelesen? || n=1.000

# Wahrgenommene Risiken von AI Slop



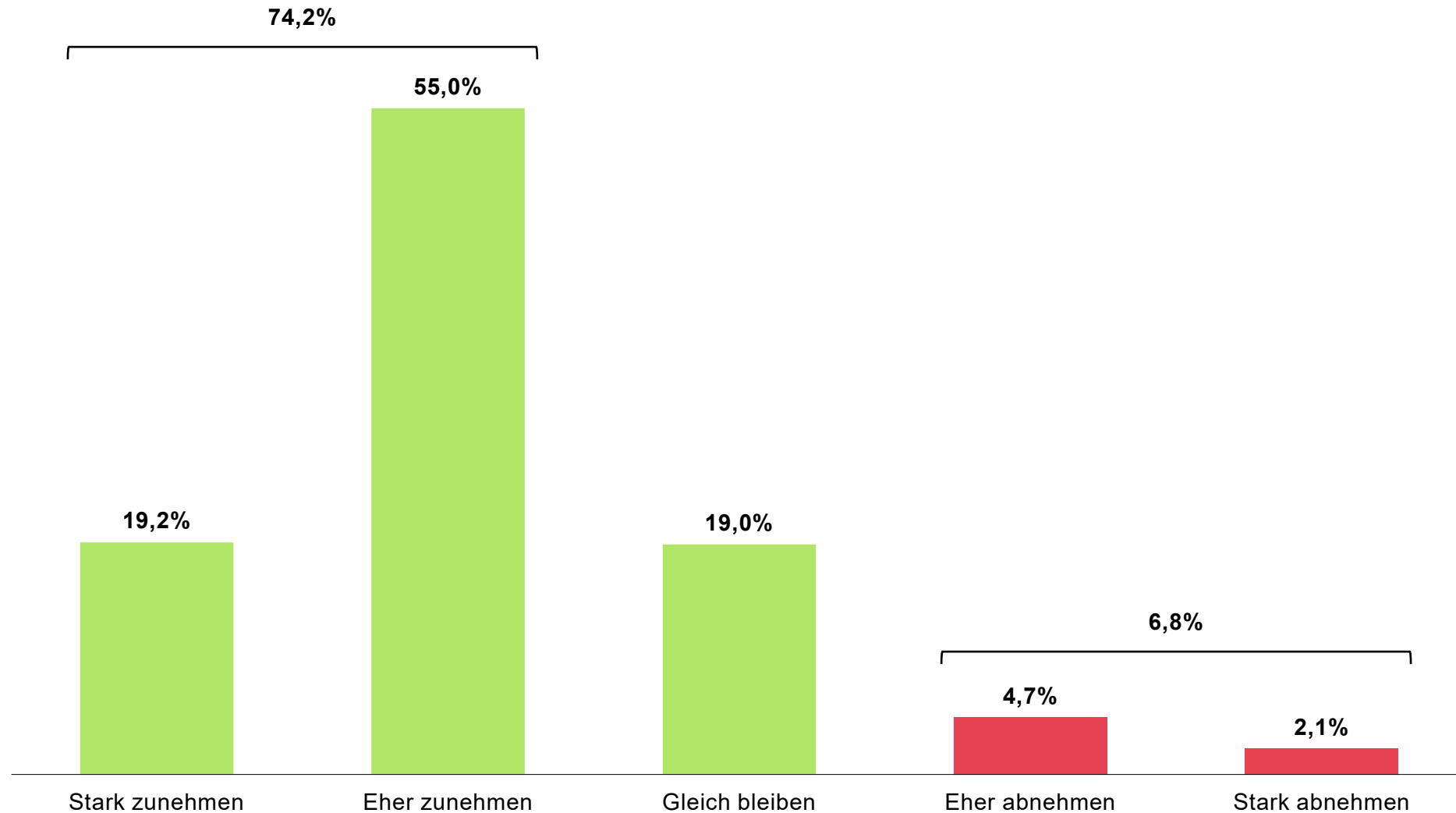
[...] Welche Risiken sehen Sie durch „AI Slop“? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

# Erwartete Entwicklung von AI Slop



Wie wird sich Ihrer Meinung nach der Anteil von "AI Slop" in Zukunft entwickeln? [...] || n=1.000 || MW 3,8 (Skala von "1 = Stark zunehmen" bis "5 = Stark abnehmen")

# Erwartete Entwicklung von AI Slop



Wie wird sich Ihrer Meinung nach der Anteil von „AI Slop“ in Zukunft entwickeln? || n=1.000 || MW 3,8 (Skala von "5 = Stark zunehmen" bis "1 = Stark abnehmen")



**professionell  
schnell  
individuell**

**Roland Zeindler**

**Geschäftsführer**

+41 (0)43 555 06 51

[r.zeindler@marketagent.com](mailto:r.zeindler@marketagent.com)

**Mag. Andrea Berger**

**Research & Communications**

[a.berger@marketagent.com](mailto:a.berger@marketagent.com)

[marketagent-schweiz.ch](http://marketagent-schweiz.ch)

Market and Social  
Research by

**SWISS INSIGHTS**

**marketagent.**