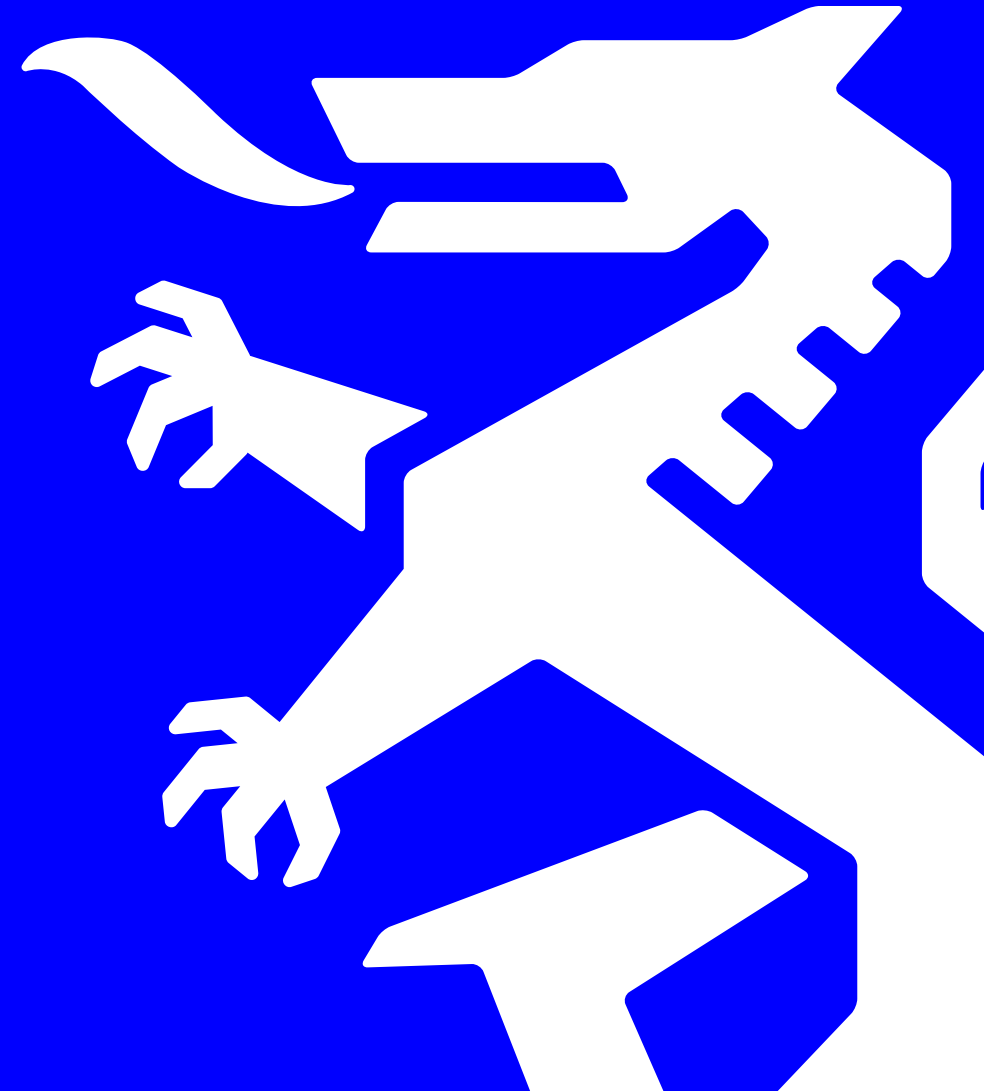


Umfrage zur Rolle der KI in der Ingolstädter Kreativwirtschaft Juli 2026

Auswertung und Analyse



Rücklauf der Befragung

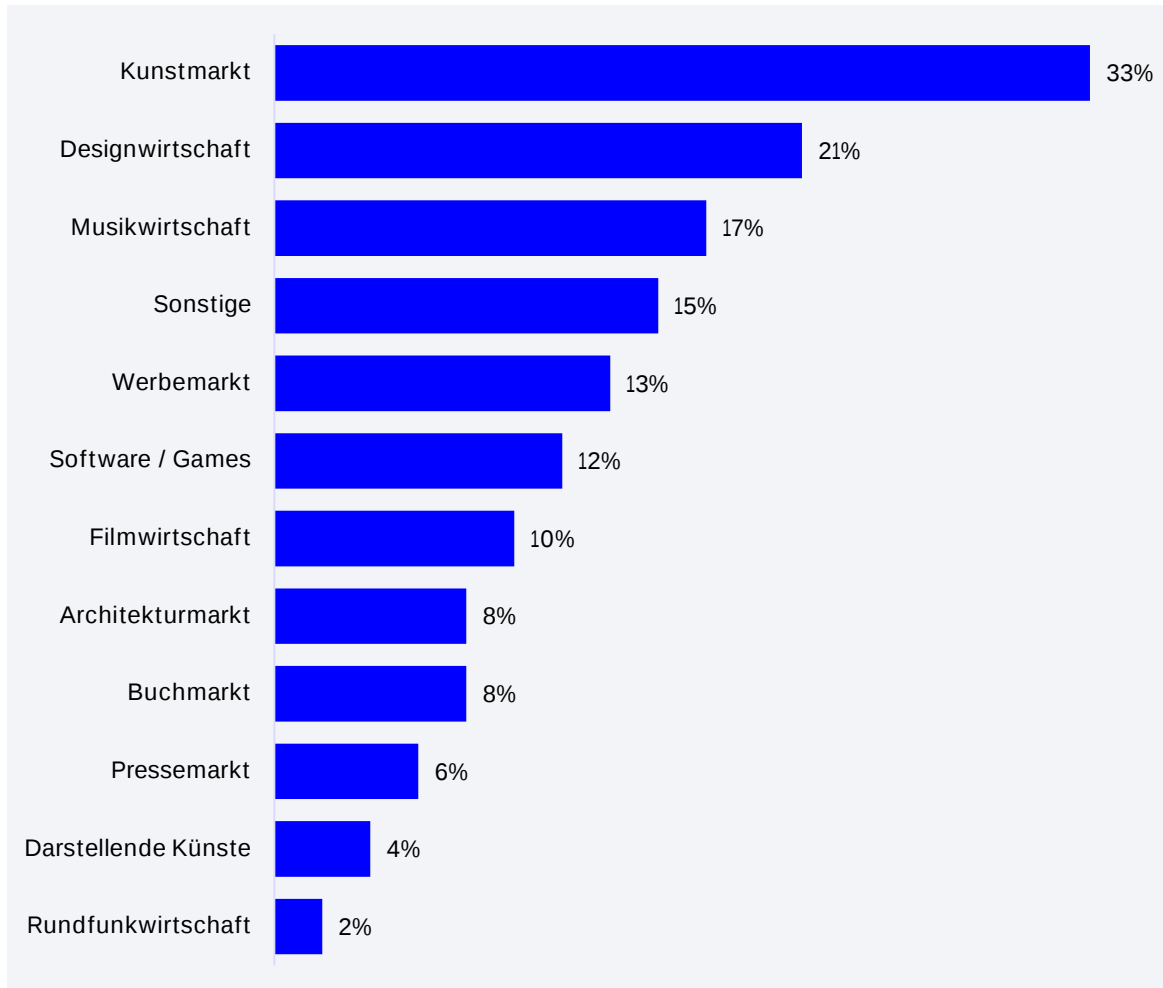
Im Juli 2026 wurde unter den Selbständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Ingolstadt eine Umfrage zur Rolle der KI bei ihrer Arbeit durchgeführt.

Das Umfrageformular wurde an 338 Kontakte per E-Mail verschickt. Davon nahmen 60 an der Umfrage teil, 52 lieferten auswertbare Antworten.

46 Teilnehmende führten die Befragung vollständig durch, 6 brachen vorzeitig ab. Nicht alle beantworteten jede Frage, daher schwankt die Bezugsgröße je Frage.

angeschrieben	338	
teilgenommen	60	18 %
auswertbar	52	15 %
abgeschlossen	46	14 %

In welchem Teilbereich der Kreativwirtschaft sind Sie tätig? | n = 52 | Mehrfachauswahl möglich

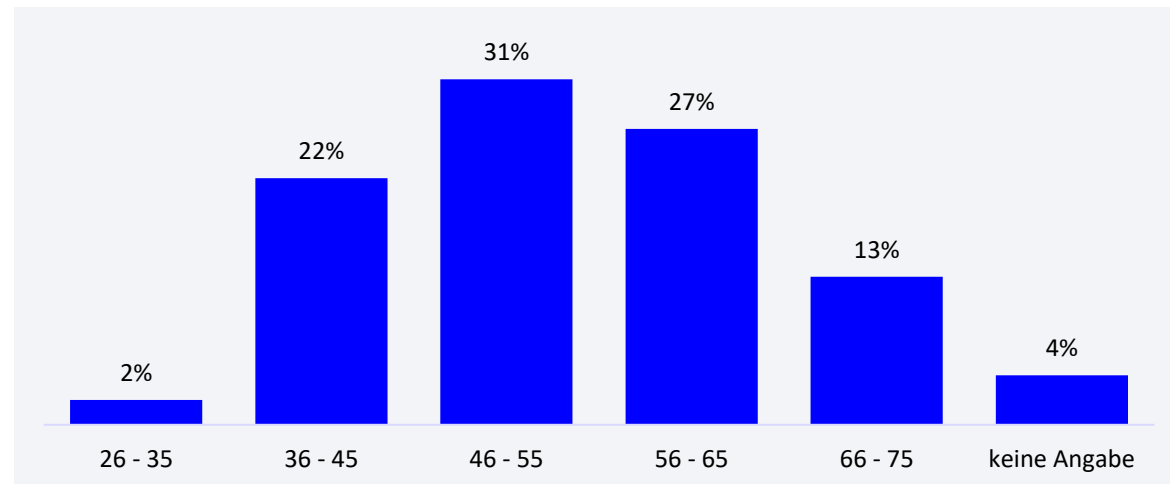
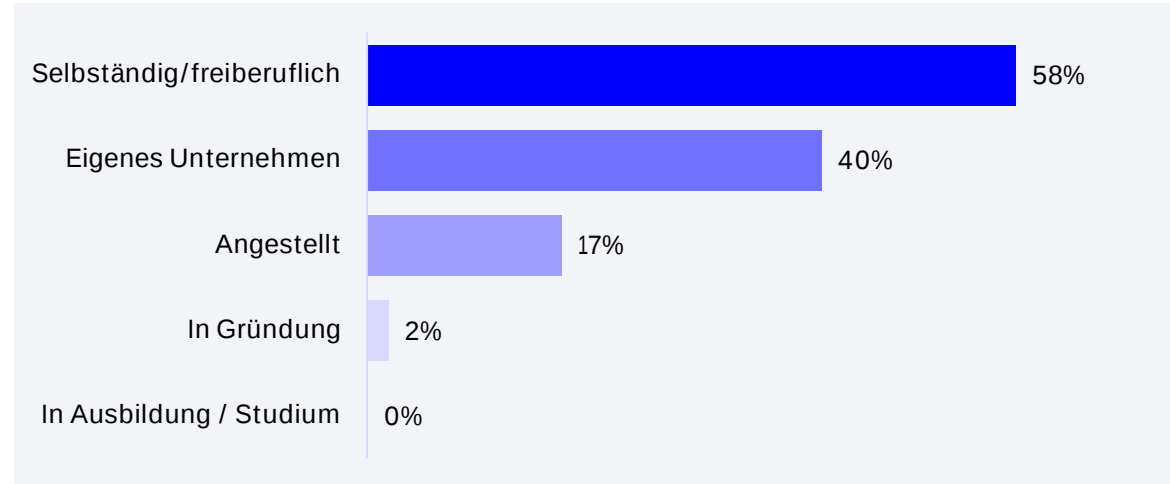


Die Teilnehmenden und damit die an KI interessierten verteilen sich über nahezu alle Teilbereiche der Kreativwirtschaft, mit einem Schwerpunkt im Kunstmarkt. Es folgen die Design- und die Musikwirtschaft. Werbemarkt sowie Software und Games sind solide vertreten, während Architektur-, Buch- und Pressemarkt sowie die darstellenden Künste kleinere Gruppen bilden.

Auffällig ist die große Gruppe unter "Sonstige". Die offenen Angaben zeigen, dass sich dahinter überwiegend Tätigkeiten aus Kulturvermittlung und Kulturveranstaltung verbergen, ergänzt um eine Influencer-Tätigkeit. Diese Bereiche fügen sich nicht ins vorgegebene Raster, gehören aber zur kreativwirtschaftlichen Szene der Stadt.

Struktur der Teilnehmenden

In welcher Form sind Sie aktuell in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig? | n = 52 | Mehrfachauswahl
Wie alt sind Sie? | n = 45



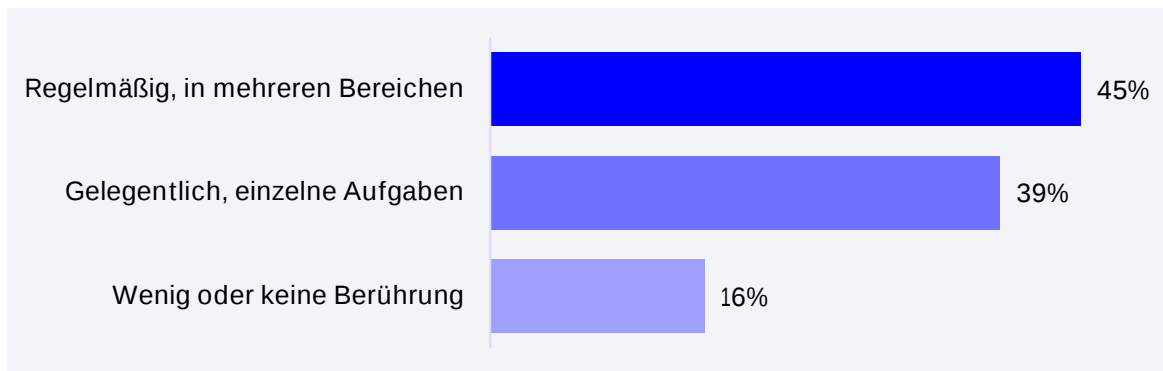
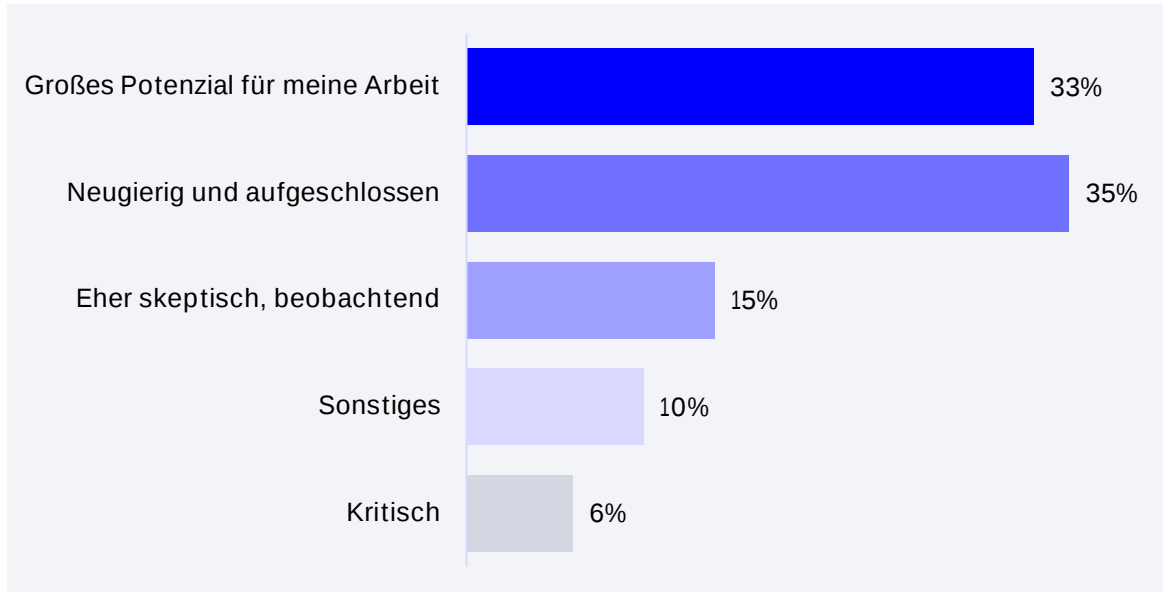
Die Teilnehmenden sind ganz überwiegend selbständig oder freiberuflich tätig, ein großer Teil führt ein eigenes Unternehmen. Beide Formen überschneiden sich häufig. Angestellte bilden eine kleinere Gruppe. Das Feld ist damit stark unternehmerisch und eigenverantwortlich geprägt.

Beim Alter liegt der Schwerpunkt in den mittleren Jahrgängen zwischen 46 und 65 Jahren, ergänzt um eine kräftige Gruppe der 36- bis 45-Jährigen.

Die Altersverteilung passt zur Tätigkeitsform: Erreicht wurden vor allem etablierte Selbständige und Unternehmen, während ganz junge und sehr alte Jahrgänge kaum vertreten sind.



Wie stehen Sie grundsätzlich zum Einsatz von KI? | Wie nutzen Sie KI bei Ihrer Arbeit? | n = 48 bzw. 49

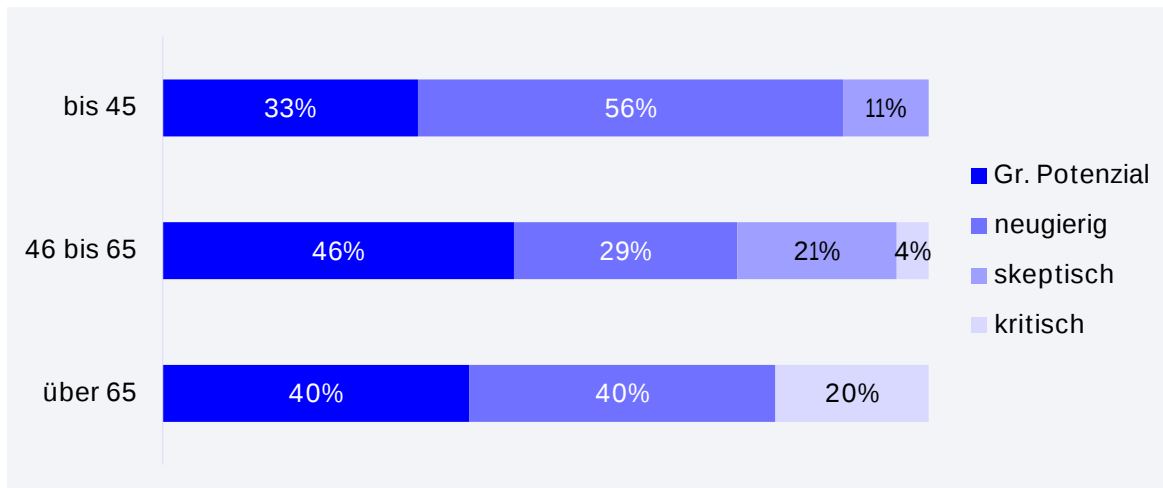
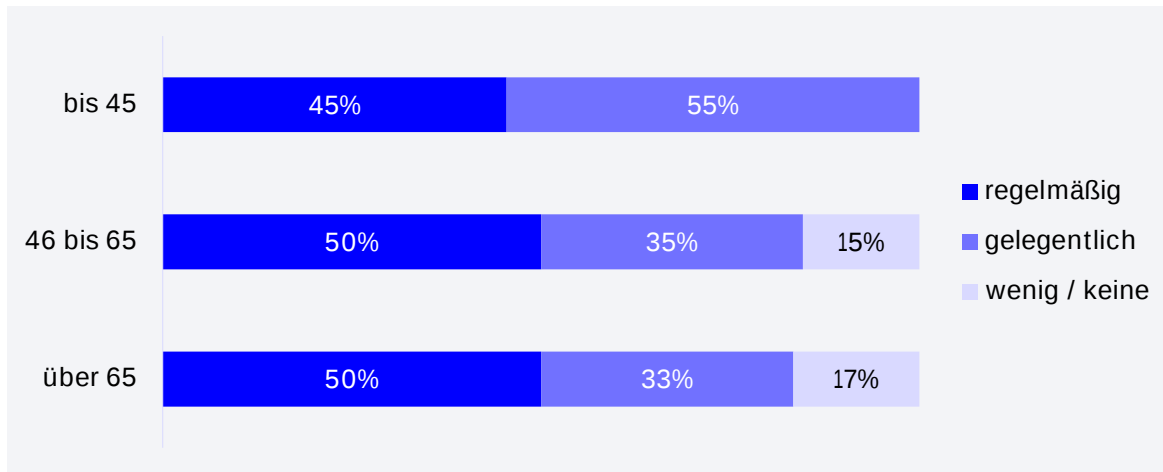


Die Teilnehmenden stehen KI überwiegend offen gegenüber. Die meisten bezeichnen sich als neugierig und aufgeschlossen, fast ebenso viele sehen großes Potenzial für die eigene Arbeit.

Diese Offenheit schlägt sich auch in der Praxis nieder. Der überwiegende Teil setzt KI bereits ein, viele davon regelmäßig in mehreren Bereichen, ein weiterer großer Teil zumindest gelegentlich für einzelne Aufgaben. Nur eine kleine Gruppe hat bisher wenig oder keine Berührung mit KI.

Aufgeschlossene Haltung und tatsächliche Nutzung gehen hier also weitgehend zusammen, KI ist im Arbeitsalltag der Befragten bereits angekommen und wird nicht nur wohlwollend, sondern tatsächlich genutzt.

Nutzung und Einstellung nach Altersgruppe

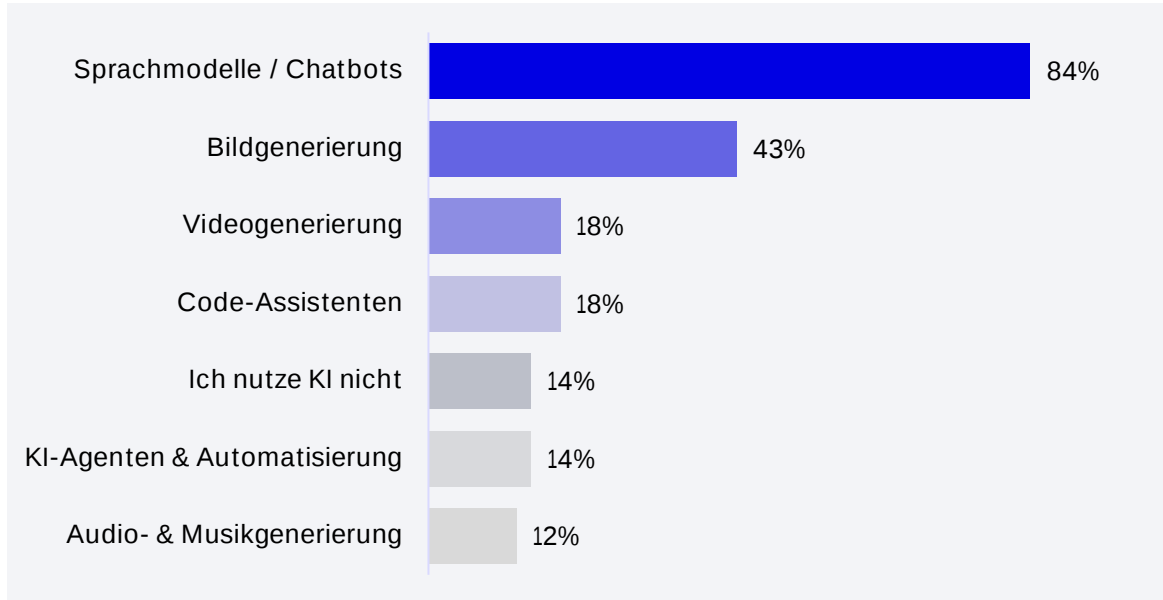


Die beiden Grafiken verknüpfen das Alter mit der Nutzung und mit der Einstellung. Auffällig ist, wie ähnlich sich die Altersgruppen sind. In jeder nutzt etwa die Hälfte KI regelmäßig, und auch die Aufgeschlossenheit ist über alle Jahrgänge hinweg hoch. Ein klares Gefälle zwischen Jung und Alt, wie man es vielleicht erwarten würde, zeigt sich nicht.

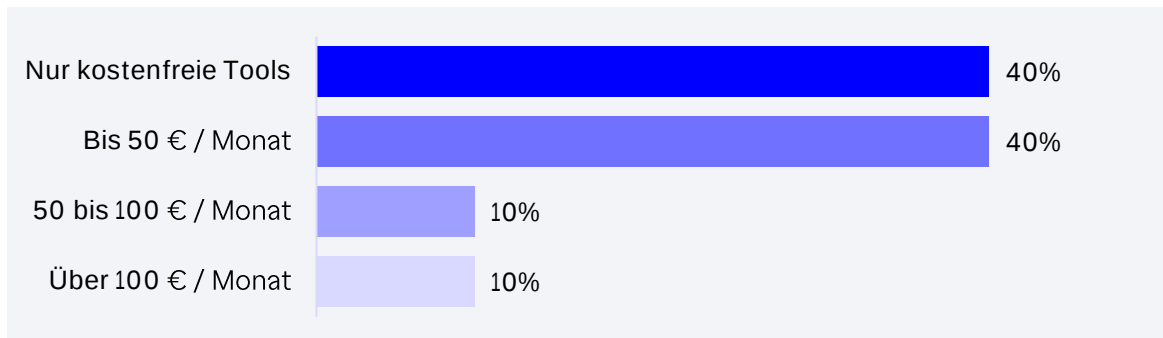
Auffällig ist zudem, dass unter den bis 45-Jährigen niemand ganz ohne KI-Berührung ist, während bei den Älteren einzelne Zurückhaltende dabei sind. Insgesamt tritt der erwartete Altersunterschied aber in den Hintergrund. Dabei ist zu beachten, dass vor allem am Thema Interessierte teilgenommen haben, die Aussage gilt also für diese Gruppe und nicht zwingend für die gesamte Kreativwirtschaft.

Werkzeuge und Kosten

Welche KI-Tools nutzen Sie? | Nutzen Sie Bezahlversionen? | n = 49 bzw. 42



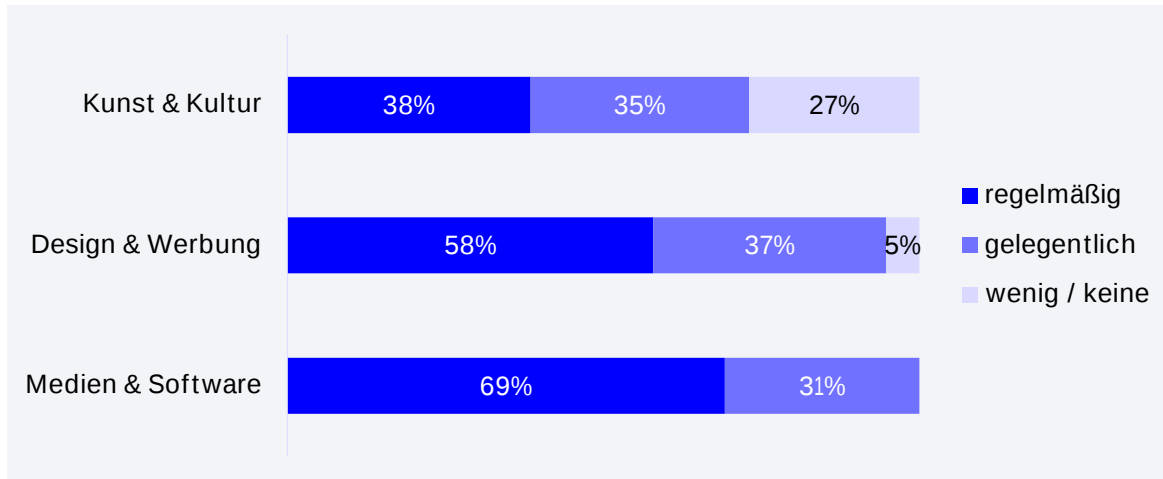
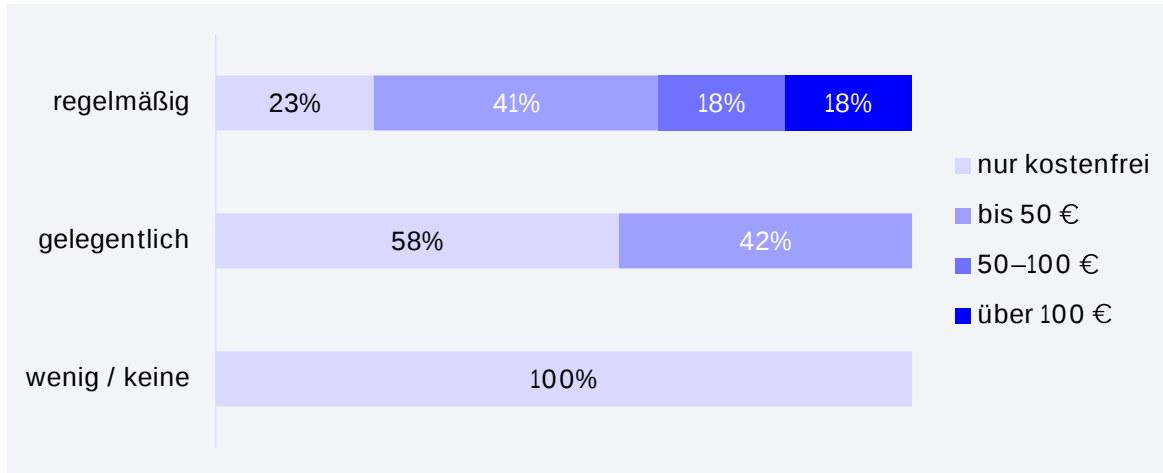
Bei den eingesetzten Werkzeugen dominieren die Sprachmodelle und Chatbots, sie werden von der großen Mehrheit genutzt. Mit deutlichem Abstand folgt die Bildgenerierung als zweithäufigste Anwendung. Video- und Codegenerierung, KI-Agenten sowie Audio- und Musikwerkzeuge werden bislang nur von kleineren Gruppen verwendet. Ein kleiner Teil gibt an, gar keine KI zu nutzen. Das Bild ist also eindeutig text- und bildlastig, während die anspruchsvolleren oder spezialisierten Anwendungen noch Nischen sind.



Bei den Kosten zeigt sich eine geteilte Landschaft: Eine Hälfte arbeitet ausschließlich mit kostenfreien Tools, die andere gibt bis zu 50 Euro im Monat aus. Höhere Ausgaben sind die Ausnahme.

Nutzung nach Finanzen und Branchen

Nutzungsintensität nach finanziellem Aufwand | ... nach Branchengruppe



Die Verknüpfung der Fragen macht zwei Zusammenhänge sichtbar, die in den Einzelauswertungen verborgen bleiben.

Wer KI regelmäßig einsetzt, ist mehrheitlich bereit, dafür zu zahlen, und findet sich auch in den höheren Kostenstufen. Wer KI nur gelegentlich nutzt, bleibt dagegen überwiegend bei kostenfreien Angeboten und gibt, wenn überhaupt, nur wenig aus. Kosten sind für intensive Anwender also weniger eine Hürde als eine Investition in ein Werkzeug, das sich im Arbeitsalltag bewährt hat.

Zum anderen unterscheidet sich die Nutzung deutlich zwischen den Sparten. Am intensivsten arbeiten Design und Werbung sowie Medien und Software mit KI, hier nutzt jeweils die Mehrheit die Technik regelmäßig. In Kunst und Kultur ist das Bild gemischter, dort hat ein spürbarer Teil bislang wenig Berührung mit KI. Die Aufgeschlossenheit gegenüber KI ist also branchenübergreifend vorhanden, im konkreten Arbeitsalltag aber unterschiedlich weit gediehen.

Wofür setzen Sie KI in Ihrer Arbeit ein? | n = 42 | Mehrfachauswahl möglich



KI wird vor allem in der frühen, ideenreichen Phase der Arbeit eingesetzt. An der Spitze stehen Recherche und Informationsbeschaffung, dicht gefolgt von Texten und Schreiben, Bild- und Grafikentwürfen sowie der Ideenfindung und Konzeptentwicklung. Diese vier Felder bilden gemeinsam den Kern und liegen eng beieinander, hier ist KI im Arbeitsalltag der Befragten fest verankert.

Deutlich seltener kommt KI bei stärker fachlichen oder administrativen Aufgaben zum Einsatz. Programmierung und Kundenkommunikation folgen mit Abstand, Organisation, Buchhaltung sowie Video- und Audioproduktion bilden das hintere Feld. Am wenigsten verbreitet sind KI-Agenten, also Werkzeuge, die mehrstufige Aufgaben eigenständig übernehmen.

Themen für die Zukunft

Welche Themen hinsichtlich KI interessieren Sie für die Zukunft? | Interesse stark oder sehr stark
n = 41 bis 45

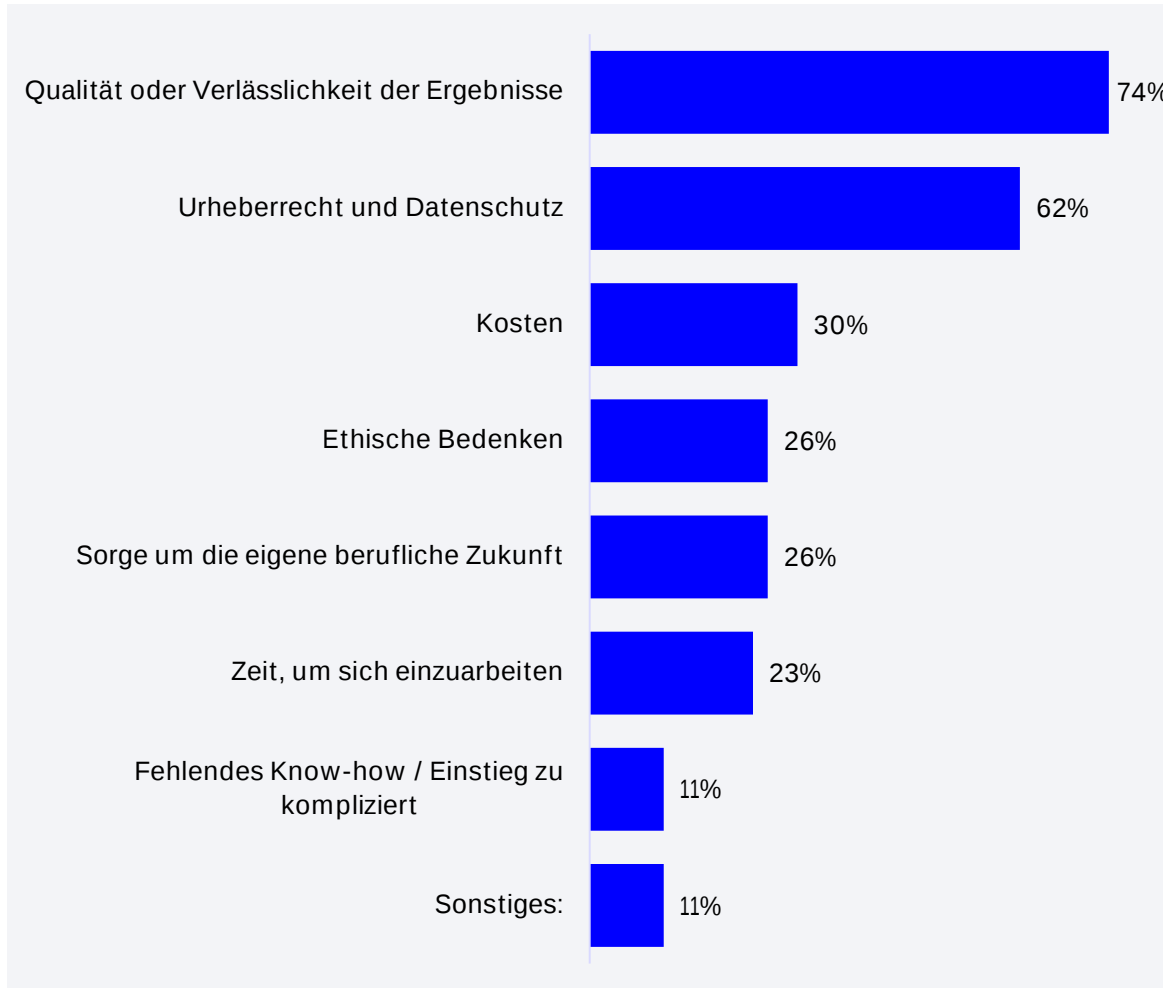


Beim Blick nach vorn steht die Recherche an der Spitze, hier ist das Interesse am größten. Es folgen effektives Prompting, sowie die Entwicklung von Ideen und Konzepten. Damit wünschen sich die Befragten vor allem Unterstützung genau dort, wo sie KI schon heute am häufigsten nutzen.

Im Mittelfeld folgen die juristischen Aspekte und die Produktion von Content aus Text und Bild. Dass Fragen zu Urheberrecht, Lizenzen und Datenschutz noch vor die Content-Produktion rücken, passt zu den zuvor genannten Bedenken. Am unteren Ende stehen die Produktion von Video und Audio sowie KI-Agenten, hier ist das Interesse derzeit am geringsten, vermutlich weil diese Anwendungen noch weniger verbreitet und für viele Gewerke weniger relevant sind.

Grenzen und Vorbehalte

Wo stoßen Sie beim Einsatz von KI auf Grenzen oder Vorbehalte? | n = 47 | Mehrfachauswahl

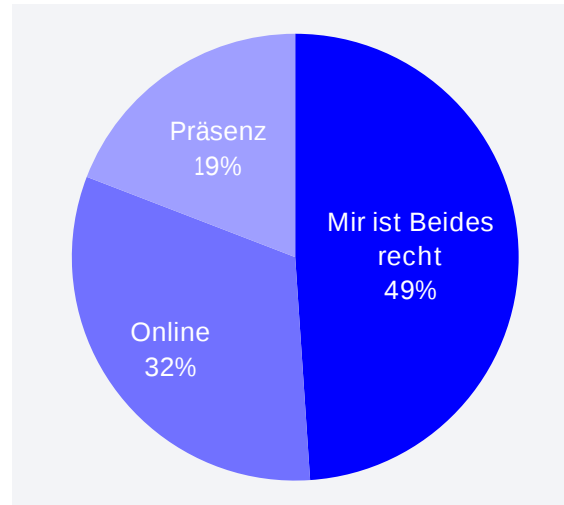
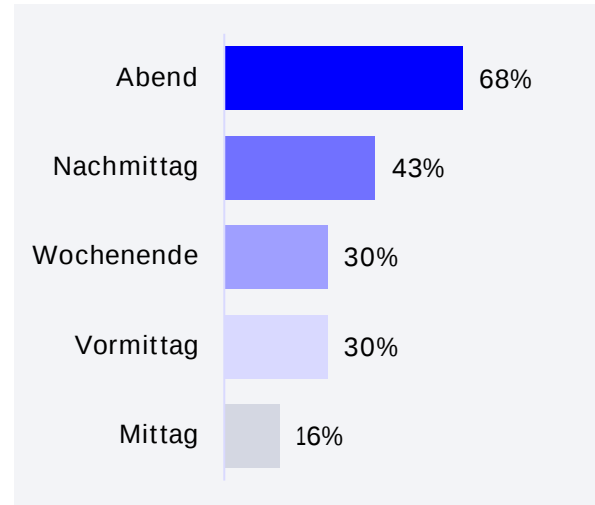
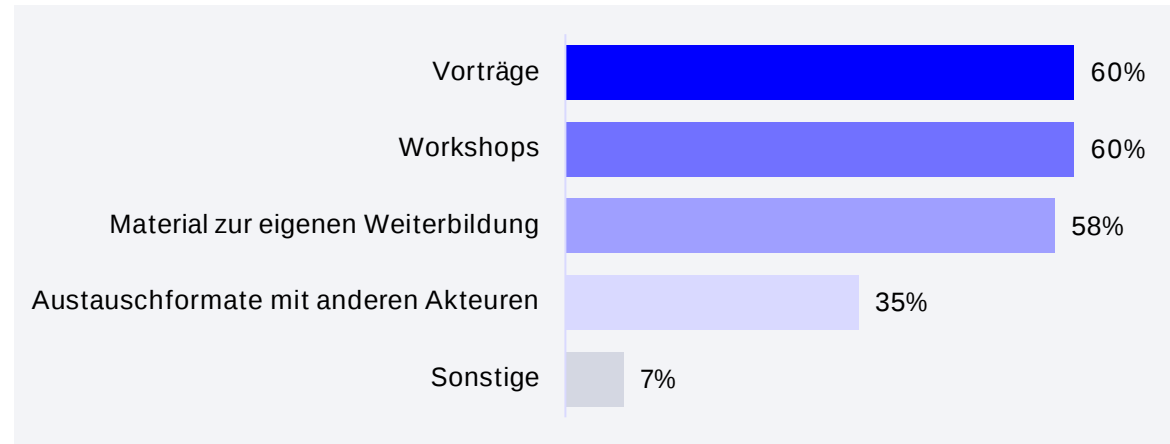


Die größten Hürden sind die Qualität und Verlässlichkeit der Ergebnisse sowie Urheberrecht und Datenschutz. Beide bilden den Kern der Vorbehalte, es geht also weniger um Ablehnung als um eine verlässliche und rechtssichere Anwendung.

Mit Abstand folgen Kosten, ethische Bedenken und die Sorge um die eigene berufliche Zukunft. Fehlendes Know-how oder ein zu komplizierter Einstieg werden dagegen kaum genannt, die technische Einstiegshürde spielt für dieses Feld keine große Rolle mehr.

Die offenen Angaben ergänzen die Lizenzierung KI-generierter Werke wie Musik, betriebliche Compliance-Vorgaben sowie Sorgen um die gesellschaftliche und die Bildungszukunft.

In welchem Format möchten Sie sich zu KI weiterbilden? Bevorzugen Sie Präsenz- oder Online-Veranstaltungen? Welcher Zeitraum ist dafür am besten? | n = 43 bis 47



Beim Weiterbildungsangebot zeigt sich ein klares Bild. Gefragt sind vor allem Vorträge und Workshops, dicht gefolgt von Material zur eigenen Weiterbildung. Auch der Austausch mit anderen Akteuren wird von einem Teil gewünscht. Bei der Form ist die Mehrheit flexibel, vielen ist Präsenz oder Online gleichermaßen recht.

Wo eine Präferenz besteht, überwiegt leicht das Online-Format. Ein reines Vor-Ort-Angebot bevorzugt nur eine kleine Gruppe.

Am eindeutigsten fällt die Antwort beim Zeitpunkt aus: Der Abend ist mit großem Abstand die bevorzugte Zeit, gefolgt vom Nachmittag. Wochenende, Vormittag und Mittag spielen eine geringere Rolle.

Stimmen aus der Umfrage

Ausgewählte Rückmeldungen im Wortlaut

KI ist jetzt schon nicht mehr weg zu denken und unterstützt in vielen Bereichen enorm. Entscheidend ist für mich, wie und in welchem Umfang KI für was eingesetzt wird. Also: KI ja, aber mit Hirn!

sowohl neugierig als auch kritisch. Wieso sind Mehrfachnennungen nicht möglich?

Ich bin sehr informiert über die Potentiale von KI und stehe dem Einsatz deshalb kritisch gegenüber.

Ich erlebe darin praktische Hilfe im Arbeitsalltag und somit eine Steigerung meiner Produktivität

Diverse Compliance Probleme (SOX, TISAX etc.)

Sorge um die gesellschaftliche Zukunft, Sorge um die Bildungszukunft

Urheberrecht, aber nur weil es sehr schwer ist KI generierte z.B. Musikstücke zu lizenzieren.

Limit von KI-Modellen beim Einsatz

Danke für die Umfrage

Ich bin weniger an der Nutzung von KI als an der Auswirkung auf den Buchhandel interessiert

Ich wüsste gerne, welchen Einfluss ich mit meinen Chats auf die KI-Entwicklung selber habe, z.B. wenn ich freundlich bin oder danke sage...

Ansprechpartner

Kreativwirtschaft im Wirtschaftsreferat

Marcel Aigner-Spisak
Clustermanager Kreativwirtschaft

Stadt Ingolstadt
Referat VIII – Wirtschaft

Ab 1. September 2026
IFG Ingolstadt AöR

Schloßländer 27
85049 Ingolstadt

Telefon: (0841) 3 05-32 07
kreativ@ingolstadt.de

