

„Resignierte Einwilligung“: Verbraucher:innen gewähren KI-Zugriff mehr als doppelt so oft aus Resignation wie aus Überzeugung

Neue Erkenntnisse aus dem State of Digital Trust Research 2026 von Usercentrics zeigen: Nicht die Ablehnung, sondern die Resignation ist das versteckte Risiko hinter den Akzeptanzzahlen der KI. Deutsche Verbraucher:innen gewähren Zugriff dabei widerwilliger als in jedem anderen untersuchten Markt.

München, 29. September 2026 – Fast sechs von zehn Verbraucher:innen fühlen sich unwohl damit, einem KI-Assistenten Zugriff auf ihre Daten zu gewähren. Die meisten stimmen dennoch zu. Neue globale Studienergebnisse zeigen nun, dass ein großer Teil dieses „Ja“ auf Resignation beruht und nicht auf Vertrauen.

Laut den [neuen Erkenntnissen](#) – basierend auf einer von Sapio Research durchgeführten Studie unter 11.000 Verbraucher:innen in sieben Märkten – fühlen sich nur 7 % der Verbraucher:innen uneingeschränkt wohl damit, einem KI-Assistenten ohne Bedingungen Zugriff auf ihre Daten zu gewähren. Mehr als doppelt so viele, nämlich 17 %, gewähren diesen Zugriff trotz ihrer Bedenken. Diese Reaktion nennt der Report „resignierte Einwilligung“: eine Zustimmung, die nicht aus Überzeugung erfolgt, sondern weil eine Ablehnung zu mühsam erscheint.

Diese Unterscheidung ist wichtig, weil Zugriffsraten und die Qualität der Einwilligung als dasselbe Signal gelesen werden, obwohl sie es nicht sind. Ein resigniertes und ein echtes Ja erscheinen in einer Einwilligungsrate identisch. Danach verhalten sie sich jedoch völlig unterschiedlich.

„Ein resigniertes Ja und ein echtes Ja sehen in Ihrer Einwilligungsrate identisch aus, verhalten sich aber völlig unterschiedlich. Das eine bleibt auch unter Druck bestehen. Das andere hält nur bis zur ersten schlechten Schlagzeile. Wenn Sie nicht unterscheiden können, welches Ja Sie erhalten, wissen Sie nicht, wie nachhaltig Ihre KI-Nutzung tatsächlich ist“, sagte Tilman Harmeling, Strategy & Market Intelligence bei Usercentrics.

Die Ergebnisse fallen in eine Zeit, in der Unternehmen aller Branchen KI-Assistenten, Copilots und Agents in Systeme integrieren, die auf Verbraucher- und Mitarbeiterdaten zugreifen. Häufig werden dabei hohe Opt-in- oder Zugriffsraten als Beleg dafür angeführt, dass die Einführung erfolgreich verläuft.

Die wichtigsten Erkenntnisse:

- Widerwillige Einwilligung übersteigt die bereitwillige Einwilligung um mehr als das Doppelte – und zwar in jeder untersuchten Datenkategorie und in jeder Generation. Der einzige Faktor, der dieses Muster verändert, ist das Land.
- Deutschland liefert das widerwilligste „Ja“ aller untersuchten Märkte. Deutsche Verbraucher:innen weisen eine Rate resignierter Einwilligung von 24 % auf – mehr als doppelt so hoch wie im Vereinigten Königreich (11 %) und in den USA (10 %).



Deutschland ist zugleich der Markt, der am seltensten grundsätzlich ablehnt (16 % gegenüber einem globalen Durchschnitt von 23 %). Nirgendwo wird häufiger Ja gesagt – und nirgendwo seltener vorbehaltlos gemeint.

- Bei besonders sensiblen Daten fallen die Antworten am klarsten aus. Finanzkonten lösen das größte Unbehagen aus (64 %), weisen aber die niedrigste resignierte Einwilligung auf (14 %). Ist die Anfrage gewichtig genug, wird nicht resigniert zugestimmt, sondern abgelehnt. Fast ein Viertel (24 %) würde das KI-Produkt vollständig aufgeben, statt ihm Zugriff auf die eigenen Finanzdaten zu gewähren.
- Alltägliche Kategorien verbergen die meiste Resignation. Arbeits-Tools, E-Mail/Kalender und Gesundheitsdaten – die Kategorien, zu denen Menschen am häufigsten gefragt werden – weisen die höchsten Raten resignierter Einwilligung auf (17 %). Das deckt sich mit dem Phänomen der „Einwilligungsmüdigkeit“ („Consent Fatigue“), bei dem wiederholte Anfragen die aktive Auseinandersetzung abnutzen, ohne das zugrunde liegende Unbehagen zu verringern.
- Selbst die jüngsten Nutzer:innen sind nicht bereitwilliger, sondern lehnen lediglich seltener ab. Unter den Verbraucher:innen, die Ja sagen, ist in jeder Generation – einschließlich der Gen Z – etwa ein Viertel bis ein Drittel resigniert. Das Alter entscheidet nicht darüber, wie widerwillig ein „Ja“ ausfällt, sondern nur darüber, wie häufig jemand überhaupt zu einem Ja gelangt.

„Das Ziel ist nicht eine höhere Ja-Rate. Es ist eine ehrlichere. Ein bewusst erteiltes Ja von weniger Menschen ist belastbarer als ein widerwilliges Ja von vielen – genau das sehen wir im Vereinigten Königreich und in den USA“, so Harmeling.

Der gesamte Report zur „resignierten Einwilligung“ ist [hier](#) verfügbar.

Mehr zum Thema Digital Trust im [State of Digital Trust 2026 Report](#) – mit Aufschlüsselung nach Ländern und Generationen.

Über die Studie

Der State of Digital Trust 2026 ist die zweite jährliche Studie, die von Usercentrics in Auftrag gegeben und von Sapio Research durchgeführt wurde. Befragt wurden 11.000 Verbraucher in sieben Märkten: Vereinigtes Königreich, USA, Deutschland, Spanien, Italien, Niederlande und Schweden. Die Befragung fand im März 2026 statt. Schweden ist in diesem Jahr erstmals Teil der Studie; die schwedischen Daten fließen nicht in den Jahresvergleich ein.

Über Usercentrics

Usercentrics ist ein führendes Technologieunternehmen für Datenschutzlösungen und unterstützt Unternehmen dabei, Einwilligungen sicher zu erfassen, zu verwalten und datenschutzkonform für Geschäftsprozesse zu nutzen. Mehr als 2,4 Millionen Websites und Apps in 195 Ländern vertrauen auf Usercentrics. Das Unternehmen verarbeitet monatlich über 8,8 Milliarden Nutzereinwilligungen. Mit einer Plattform für Consent Management, Server-Side Tagging und KI-Daten-Governance bietet Usercentrics Unternehmen die notwendige Datenschutzinfrastruktur, um auch im Zeitalter von KI sicher, verantwortungsvoll und zukunftsfähig zu agieren. Mehr erfahren unter usercentrics.com.

Pressekontakt: pr@usercentrics.com