



AI-undersøkelsen 2025

13 funn som viser nordmenns bruk og holdninger til AI

Flere bruker AI på jobb

12 % av personer i arbeid oppgir nå at de i stor grad bruker generativ AI på jobb.

KPMG mener:

Adopsjonen går fremover, men kanskje saktere enn mange hadde sett for seg. At dette tallet ikke vokser raskere, tyder på at teknologien ennå ikke er fullt integrert i arbeidslivet for mange. Dette kan skyldes mangel på kompetanse, usikkerhet rundt bruken eller manglende tilrettelegging fra arbeidsgivere. Samtidig peker det på et uutnyttet potensial. Med riktig opplæring og støtte kan langt flere dra nytte av AI-verktøy som kan effektivisere arbeidsprosesser, øke produktiviteten og frigjøre tid til mer verdiskapende oppgaver.

Kvinner mer entusiastiske

I 2024 oppga kun 1 % av kvinnene at AI i *svært stor grad* spilte en rolle i livet deres.

I 2025 er tallet 4 %. Det er helt likt som andelen menn som svarer det samme.

KPMG mener:

Det er viktig for likestillingen at kunstig intelligens ikke blir et mannsdominert fagområde, og at begge kjønn tar i bruk nye verktøy som kan gi store karrieremuligheter. Det er positivt å se at andelen kvinner som virkelig har begynt å bruke AI gjør et lite byks, og at det nå er likt mellom kjønnene blant de mest entusiastiske AI-brukerne.

Flest menn bruker AI på jobb

Det er flest menn som sier de i stor grad bruker AI på jobb (14 %). For kvinner er tallet 8 %.

KPMG mener:

Samfunnet skal være varsomt med skjevutviklinger. Utdanningsinstitusjoner, myndigheter, interesseorganisasjoner, arbeidsgivere og arbeidstakere selv har et felles ansvar for å passe på at ikke AI-verktøy først og fremst kommer til nytte for menn i arbeidslivet.

De yngste ligger i front

23 % av unge under 30 i jobb, svarer at de i stor grad selv bruker AI på sin arbeidsplass.

Bare 7 % av de i 40-årene sier det samme.

KPMG mener:

Den yngre generasjon har vokst opp med digital teknologi og tar raskt i bruk nye verktøy. Denne gruppen har ofte høy digital kompetanse og lavere terskel for å eksperimentere med nye løsninger, noe som gir dem et fortrinn i en arbeidsverden i rask endring. Dette kan også bidra til å presse fram økt bruk av AI i organisasjoner, der yngre ansatte blir pådrivere for innovasjon og mer effektive arbeidsmetoder. Kanskje blir AI-verktøy akkurat det Gen Z trenger for å jobbe litt færre timer enn tidligere generasjoner?

AI brukes mest i Oslo-jobber

Folk i hovedstaden er i tet når det gjelder bruk av AI på jobb. 17 % svarer at de i stor grad bruker generativ AI på arbeidsplassen.

Nord-Norge: 12 %

Midt-Norge: 7 %

Vestlandet: 11 %

Østlandet: 14 %

SørVeTe: 9 %



KPMG mener:

Dette tyder på en geografisk skjevhet i hvordan ny teknologi tas i bruk. Funnet kan skyldes at Oslo-regionen har en høyere konsentrasjon av kunnskapsintensive næringer, større tilgang på digital kompetanse og flere arbeidsgivere som ligger i front når det gjelder innovasjon.

Samtidig viser det viktigheten av å sikre at også resten av landet holder tritt med den teknologiske utviklingen. For å unngå et digitalt utenforskap i regionene bør det satses på kompetansebygging og nytenking i hele landet.

Offentlig sektor bakpå

I privat sektor svarer 14 % at de i stor grad grad bruker AI på jobb.

For offentlig sektor er tallet 8 %.

KPMG mener:

At AI brukes mer i privat sektor, tyder på ulikt omstillingstempo og forskjeller i risikovilje og investeringsmuligheter. Private virksomheter har ofte større fleksibilitet til å teste og ta i bruk nye teknologier for å styrke konkurranseevnen, mens offentlig sektor kan være mer preget av reguleringer, budsjettbegrensninger og behov for grundige utredninger. Likevel har offentlig sektor et stort potensial for å effektivisere tjenester og forbedre brukeropplevelsen med generativ AI. Derfor er det viktig å legge til rette for trygg, ansvarlig og strategisk innføring også her.

Frykter AI tar jobben

14 % av dem i arbeid svarer at de er bekymret for at AI skal erstatte dem på jobb.

Frykten er størst på Sørlandet inkludert Vestfold og Telemark (19 %).

Nord-Norge: 11 %

Midt-Norge: 16 %

Vestlandet: 11 %

Østlandet: 14 %

SørVeTe: 19 %



KPMG mener:

Svarene viser en reell uro blant en ikke ubetydelig gruppe, knyttet til hvordan teknologi påvirker arbeidslivet. Det er lett å forstå bekymringen. Samtidig gir utviklingen av AI også nye muligheter for omskolering og kompetanseheving. Ved å satse på inkluderende opplæringstiltak og aktiv kompetanseutvikling, kan man dempe usikkerheten og styrke arbeidstakeres trygghet i møte med endringene.

Høyest frykt blant de med lav utdanning

Frykten er størst blant de med lavest utdanning. 23 % av dem som er i jobb med kun grunnskole svarer at de er bekymret.

Tilsvarende tall for de med mastergrad og høyere er 11 %.

KPMG mener:

Mange i denne gruppen har jobber med høy andel rutineoppgaver, og er derfor særlig utsatt for automatisering. Frykten er derfor reell, men den peker også på behovet for målrettede tiltak som gir disse arbeidstakerne tilgang til opplæring, støtte og nye muligheter. Med riktig innsats kan AI bli et verktøy for inkludering, ikke ekskludering, i fremtidens arbeidsliv.

...men disse bruker også mest AI på arbeidsplassen

Blant respondentene med kun grunnskole-utdanning svarer hele 27 % at de i stor grad bruker AI på jobb. Det er høyest av alle utdanningsnivåer.

Blant de med bachelorgrad er tallet 11 % og for de med mastergrad eller høyere er tallet 13 %.

KPMG mener:

Generativ AI har et spennende potensial til å tette utdanningsgap ved å gjøre kunnskap og opplæring mer tilgjengelig for alle, uavhengig av utdanningsbakgrunn. For arbeidstakere med lavere formell utdanning kan AI-baserte verktøy tilby personlig tilpasset læring, språkhjelp og praktiske veiledninger som gjør det enklere å tilegne seg nye ferdigheter og kompetanse. Tradisjonelle tekniske hindringer kan senkes. Dette kan åpne dører til nye jobber og styrke mulighetene på arbeidsmarkedet, samtidig som det bidrar til sosial mobilitet og økt inkludering i en digitalisert økonomi.

Lav tillit til etisk bruk av AI

Nordmenn har fremdeles generelt lav tillit til virksomheters etiske bruk av AI. Dette gjelder for alle typer selskaper og organisasjoner.

Aller minst stoler vi på sosiale medier-selskapene, som 62 % svarer at de har lav tillit til.

KPMG mener:

Virksomheter må vise at de har strenge krav til etisk og sikker bruk av generativ AI. Negative hendelser kan føre til omdømmerisiko, sanksjoner og lavere investorvilje. Selv om virksomheter forstår risikoen, trenger de hjelp til å navigere i det komplekse regulatoriske og teknologiske landskapet. Åpenhet og transperens blir viktig for å skape høyere tillit.

Tviler på myndighetene

Kun 3 % har svært høy tillit til at myndighetene klarer å regulere utvikling og bruk av generativ AI. Dette tallet har stått helt stille siden forrige undersøkelse i 2024.

40 % svarer at de har lav tillit til myndighetene.

KPMG mener:

I fjor skrev vi om viktigheten av at myndighetene kommuniserer tydelig, og setter en klar retning for å vinne tillit fra befolkningen. Myndighetene må demonstrere sin evne til å ivareta samfunnets interesser i møte med ny teknologi. Vi har lagt merke til at det ikke har vært merkbare endringer, verken positive eller negative, i løpet av det siste året.

Halvparten frykter samfunnsrisiko

44 % mener at AI i stor grad vil utgjøre en samfunnsrisiko i løpet av de neste 3-4 årene.

Nordlendingene er mest bekymret for samfunnsrisiko (51 %)

KPMG mener:

KPMG er bekymret for de kraftige verktøyene tilgjengelige for kriminelle og fremmede stater, og økningen i komplekse digitale angrep. Styrking av digitalt forsvar krever betydelige investeringer, målrettet innsats og samarbeid mellom myndigheter og private virksomheter.

Frykter falske nyheter

77 % svarer at de er bekymret for kunstig intelligens sin rolle i falske nyheter og feilinformasjon.

60 % svarer at de er bekymret for at økt bruk av generativ AI vil føre til mer effektiv meningspåvirkning.

KPMG mener:

Falske nyheter og feilinformasjon er trusler mot demokratier. Generativ AI gir uredelige aktører flere sjanser til å spre slike nyheter, og det er positivt at så mange i befolkningen er bevisst denne risikoen. Redaksjonelle medier og sosiale plattformer må ta ansvar, og befolkningen må være kritiske og lære seg å kjenne igjen falsk informasjon.



Du kan | med AI

Ta kontakt med KPMG dersom din virksomhet ønsker å komme i førersetet innen kunstig intelligens. Vi hjelper dere med å finne muligheter og løsninger du kan stole på, sikre verdi for investeringer, navigere i det regulatoriske landskapet og sikre data og personvern. Les mer på kpmg.no



Tom Einar Nyberg

Partner | Head of Data, AI & Emerging Technology

tom.nyberg@kpmg.no