



# **Künstliche Intelligenz und Content Produktion – Schutz – Monetarisierung**

## **1. Paper KI-Medien Roundtable**

20. Juni 2024

**Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH)**

Mariahilfer Straße 77–79  
1060 Wien, Österreich  
[www.rtr.at](http://www.rtr.at)

E: [rtr@rtr.at](mailto:rtr@rtr.at)  
T: +43 1 58058 - 0

FN 208312t, HG Wien  
UID-Nr.: ATU43773001

## Zum KI-Medien Roundtable

Im Lichte zeitkritischer Fragen an der Schnittstelle von künstlicher Intelligenz (KI), Regulierung und Medien hat der Fachbereich Medien der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH bereits im Jahr 2023 im Rahmen des Kompetenzzentrums das Format eines KI-Medien Roundtables als regelmäßige Austauschplattform ins Leben gerufen.

Mit den Stakeholdern öffentlich-rechtlicher Rundfunk, Verband Österreichischer Zeitungen, Verband der Regional Medien Österreichs, Verband Österreichischer Privatsender, Verein Digitalradio Österreich und Austria Presse Agentur bearbeitet der KI-Medien Roundtable unter der Schirmherrschaft der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR) die Implikationen von KI auf Medienproduktion, Informationsgenerierung und -verbreitung, sowie auf die öffentliche Meinungsbildung und damit auf die Demokratie und befasst sich mit medien-regulatorischen, aber auch gesellschaftlichen, demokratiepolitischen und ethischen Fragestellungen. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) ist als Medienregulierungsbehörde in einer Beobachterrolle Teil des Roundtables. Die Tätigkeiten entfalten sich im Rahmen des Kompetenzzentrums „Medien“ des Fachbereichs Medien der RTR im Einvernehmen mit der KommAustria. Bereits 2023 wurde der Sonderbericht „Einsatz künstlicher Intelligenz im Mediensektor“ umgesetzt und 2024 die Studie „Künstliche Intelligenz in der Medienwirtschaft“. Die Aktivitäten stehen auch im Zusammenwirken mit der in der RTR ebenso angesiedelten KI-Servicestelle, die u.a. als Ansprechpartnerin für den KI-Einsatz im Medienbereich dient und KI-Informationen für die interessierte Fachöffentlichkeit bereitstellt. Sie unterstützt auch bei der Umsetzung des europäischen AI Act.

Die Ergebnisse der Arbeit des KI-Medien Roundtables sollen Fragestellungen und zu lösende Herausforderungen von Künstlicher Intelligenz im Mediensektor darstellen. Diese Papiere stellen dabei nicht die Meinung der Kommunikationsbehörde Austria dar und präjudizieren dies in keiner Weise.

## Executive Summary

Die Bearbeitung des Themenbereichs 'KI und Content' von der Produktion über den Schutz bis zur Monetarisierung, in umfangreichen strukturierten Interviews mit den oben angeführten Stakeholdern, hat die folgenden dringenden Handlungsfelder für die Medienlandschaft ergeben:

- **Klarstellung der Umsetzungserfordernisse für die Kennzeichnungspflicht** KI-generierter und KI-bearbeiteter Medienprodukte gemäß dem AI Act sowie Definition eines einheitlichen Umsetzungsverständnisses für den österreichischen Medienmarkt.
- Erarbeitung eines Interessenausgleichs zur Förderung der Medienvielfalt und Diversität von KI-Modellen und der **rechtmäßigen Nutzung von hochwertigem, urheberrechtlich geschütztem Material** ist einer der wesentlichen zu lösenden Kernpunkte für die künftige KI-gestützte Medienlandschaft.
- Kennzeichnungspflichten alleine können die negativen Konsequenzen von Desinformation und missbräuchlicher KI-Nutzung im Medienbereich nicht eindämmen und müssen durch **Bildungsformate und Aufklärungskampagnen** ergänzt werden, um die Bedeutung und Risiken synthetischer Medien zu adressieren.

Die ausführlicheren Erläuterungen mit Detailsblicken und den näheren Ausführungen der Erhebungen mit den Stakeholdern finden sich auf den Folgeseiten in drei Abschnitten:

- Kennzeichnungspflichten zwischen Notwendigkeit, Transparenz und Bewertung
- Text- und Data-Mining zwischen Urhebern, Medien und Technologie
- Information gegen Desinformation mittels KI- und Medienkompetenz

## 1. Kennzeichnungspflichten zwischen Notwendigkeit, Transparenz und Bewertung

### 1.1. Status Quo

Zur Gewährleistung von Transparenz, Integrität und informiertem Medienkonsum sieht der AI Act **Kennzeichnungspflichten** für bestimmte KI-generierte oder KI-bearbeitete Inhalte vor. Die Frage, wie diese konkret umzusetzen sind, als auch Fragen zur **Auswirkung von derartigen Offenlegungen** auf die Bewertung und Wertschätzung von KI-generierten Inhalten durch Medienkonsumenten stehen derzeit im Brennpunkt der Medienindustrie.

### 1.2. Vertrauensverlust und Manipulation

Synthetische und KI-bearbeitete Inhalte können von Originalen und unbearbeiteten Inhalten aufgrund beeindruckender technologischer Fortschritte mit freiem Auge immer schwieriger unterschieden werden. Wenn synthetische Medien fälschlicherweise als authentisch wahrgenommen werden, kann dies zu **Vertrauensverlusten** bei Medienkonsumenten führen. Ebenso können synthetische Medien mühelos und fast kostenlos für **manipulative Zwecke** missbraucht werden, etwa für die Verbreitung von Fehlinformationen, politischer Propaganda oder betrügerischer Aktivitäten. Es ist zudem absehbar, dass eine Kennzeichnung von KI-generierten und KI-bearbeiteten Inhalten inklusive einer **maschinellen Kennzeichnung alleine nicht ausreichen** wird, um potenzielle negative Auswirkungen durch KI-gestützte Manipulationen zu mildern.

### 1.3. Bewertung von synthetischen Medien

Grundsätzlich entscheidend für die Werthaltigkeit von Inhalten ist deren Qualität und Relevanz, unabhängig davon, ob sie automatisiert mittels KI oder menschlich erstellt wurden. In einigen Fällen können mittels KI-Anwendungen hoch qualitative Inhalte produziert werden, die Konsumenten Anforderungen entsprechen. Für Medienhäuser bietet **KI-Einsatz** bei der Produktion vor allem die **Vorteile der Effizienz und Skalierbarkeit** zur Bewältigung von steigendem Zeitdruck und Ressourcenknappheit. Einige Konsumenten könnten synthetischen und KI-bearbeiteten Inhalten trotz, oder gar wegen der Hervorhebung ihres Ursprungs, skeptisch gegenüberstehen. Dies könnte zu einer möglichen (ungerechtfertigten) Abwertung von synthetischen oder KI-gestützten Inhalten führen.

### 1.4. Unsicherheiten bei Kennzeichnungspflichten

Der AI Act gibt grundsätzlich vor, welche synthetischen oder KI-bearbeiteten Medieninhalte unter welchen Umständen zu kennzeichnen sind. Wie diese **Kennzeichnungspflichten umgesetzt** werden sollen, ist **aktuell noch unklar** und sorgt mangels Vorgaben und Standards für große Besorgnis in der Medienlandschaft.

### *1.5. Ergebnis*

Geboten ist eine **Klarstellung der Umsetzungserfordernisse für die Kennzeichnungspflicht** KI-generierter und KI-bearbeiteter Medienprodukte gemäß dem AI Act (dh wie zu kennzeichnen ist) sowie Definition eines einheitlichen Umsetzungsverständnisses für den österreichischen Medienmarkt, einschließlich einer Leitlinie, welche bezogen auf die Praxis der Medienarbeit den AI Act interpretierend Anwendungsfälle illustriert, in denen eine Kennzeichnung erforderlich ist sowie insbesondere auch Anwendungsfälle, in denen eine Kennzeichnungspflicht nicht erforderlich ist.

## 2. Text- und Data-Mining zwischen Urhebern, Medien und Technologie

### 2.1. Status Quo.

In Anbetracht der rapiden Entwicklung von KI und den Möglichkeiten, **Daten in einem noch nie dagewesenen Umfang** zu erheben und zu nutzen, wird die Frage eines **ausgewogenen Interessenausgleichs** zwischen Urhebern, Medienunternehmen und Technologieunternehmen immer dringender.

### 2.2. Verschmelzung von Forschung und Anwendung.

Text- und Data-Mining (TDM) ermöglichen die Extraktion von Informationen aus großen Datensätzen für die Nutzung in unterschiedlichsten Bereichen. Die Urheberrechtsrichtlinie (Richtlinie (EU) 2019/790, UrhRL) und die nationalen Urheberrechtsgesetze sehen insbesondere **Ausnahmen für TDM durch Forschungseinrichtungen** zu Zwecken der wissenschaftlichen Forschung vor und ermöglichen so die Datennutzung ohne Genehmigung der Rechteinhaber (Art 3 UrhRL, § 42h Abs 1 UrhG). Gerade jedoch im **Bereich KI** kommt es zu einem **verschwimmen der Grenzen** zwischen KI-Forschung und Kommerzialisierung. Dies führt vor allem dann zu Problemen, wenn KI-Modelle im Bereich der Forschung entwickelt werden, wo eine Datennutzung auf der Grundlage der unbeschränkbaren TDM-Ausnahme ohne Genehmigung von Rechteinhabern rechtmäßig erfolgen kann, und eine Folgeverwendung in einem anderen – kommerziellen, unternehmerischen Kontext, unter anderen Lizenzen erfolgt.

### 2.3. Technische Probleme bei Nutzungsvorbehalten.

Auch besteht eine allgemeine Ausnahme, auf deren Grundlage jedermann zu einem beliebigen Zweck urheberrechtlich geschütztes Material durch TDM gewinnen und nutzen kann (Art 4 UrhRL, § 42h Abs 4 UrhG). Rechteinhaber können TDM im Rahmen dieser Ausnahmestimmung jedoch durch **angemessene Nutzungsvorbehalte in maschinenlesbarer Form** untersagen. Hierbei besteht jedoch die Herausforderung einer möglichen **Beeinträchtigung der Sichtbarkeit und Auffindbarkeit** von Inhalten in Suchmaschinen. Eine weitere Schwierigkeit ist, dass es soweit ersichtlich keine einheitlichen Standards für maschinenlesbare Nutzungsvorbehalte gibt. Einträge in der Datei 'robots.txt' können Nutzungsvorbehalte nicht zweckbezogen (zB „nicht für KI/LLM-Zwecke“) setzen und sind damit keine geeignete Handhabe für „Multi Purpose Crawler“ (etwa von Suchmaschinen welche die Inhalte gecrawlt Websites nicht nur für deren Auffindbarkeit bei Suchanfragen sondern auch für KI-basierte „Mehrwertdienste“ nutzen). Wichtig ist daher, einen Standard zu finden, der auch zweckbezogen graduelle Abstufungen ermöglicht (könnte zB ein **Standard für HTML Header** sein). Aktuell sind Rechteinhaber im Wesentlichen einer

Entscheidung zwischen wirksamer Rechtewahrung und optimierter Sichtbarkeit im digitalen Raum ausgesetzt.

#### *2.4. Medienvielfalt im Internet und in KI-Modellen.*

Suchmaschinen spielen eine entscheidende Rolle bei der Vermittlung und Auffindbarkeit von Informationen im Internet, die künftig durch KI-Modelle ergänzt und verstärkt wird. Wenn **vertrauenswürdige Inhalte** aufgrund von TDM-Einschränkungen **unsichtbar bleiben**, kann dies zu Filterblasen führen, die Meinungsvielfalt durch einseitige Informationen beeinträchtigen. Ebenso ist der Aufbau von KI-Modellen auf einseitigen, homogenen Daten, die möglicherweise aus fragwürdigen Quellen stammen, bedenklich und führt ebenso zu einer **Reduktion von Diversität und Meinungsvielfalt**. Vor dem Hintergrund, dass KI-Modelle eine wichtige Rolle im Medienbereich einnehmen, von der Produktion von Inhalten bis zu deren Distribution und Konsumation, ist die Abbildung vertrauenswürdiger Informationen und Quellen in der Basis dieser Modelle ein wesentlicher Faktor für die Wahrung von Meinungsvielfalt und Informationswahrheit. Bei Rechteevorbehalten und Untersagungen der Verwendung für TDM beim Aufbau von KI-Modellen entsteht ein diametraler Konflikt.

#### *2.5. Ergebnis.*

Ein **Interessenausgleich zwischen Förderung der Medienvielfalt und Diversität von KI-Modellen** und rechtmäßige Nutzung von hochwertigem, urheberrechtlich geschütztem Material ist eine der wesentlichen Kernpunkte für die künftige KI-gestützte Medienlandschaft.

### 3. Information gegen Desinformation mittels KI- und Medienkompetenz

#### 3.1. Status Quo

Durch **mangelnde KI- und Medienkompetenz** sind vielen Menschen die Existenz synthetischer Medien und ihre potenziellen Auswirkungen nicht bewusst. **Desinformation und Deepfakes** können daher nicht allein durch automatische maschinelle Kennzeichnung KI-generierter Medien, ergänzt durch weitere Transparenzmarker bekämpft werden.

#### 3.2. Alleinstellungsmerkmale exponiert

**Vertrauenswürdige und regulierte Medienhäuser** heben sich in einem stark bearbeiteten Markt von Mitbewerbern und nicht-vertrauenswürdigen Akteuren durch klar definierte **Alleinstellungsmerkmale** ab (zB Programmuhr bei Radioprogrammen, etc). Alleinstellungsmerkmale dienen der Markenbildung und Markenpositionierung, ermöglichen dadurch **erfolgreiche Zielgruppenansprache** und die Absicherung des Geschäftsmodells. Mittels KI-gestützter Analyse lassen sich Alleinstellungsmerkmale jedoch einfach herausarbeiten und mühelos klonen. Dadurch kommen vertrauenswürdige Medienhäuser unter Druck, insbesondere im digitalen Raum (zB Internetradio vs. regulierte Radiosender, geklonte Zeitungsportale, etc). Konsumentinnen fällt die Differenzierung, vor allem im digitalen Raum besonders schwer.

#### 3.3. Unterschiedliche Niveaus an KI- und Medienbildung

Die Verbreitung von KI- und Medienbildung variiert stark nach Bildungsniveau, Technologieaffinität und Alter. **Fehlende Fähigkeiten zur Erkennung** von Falschinformationen, Medienkritik und kritischen Betrachtung von Medienquellen machen Personen **anfällig für Manipulation durch Desinformation**. Dadurch können Vorurteile verstärkt werden und negative gesellschaftliche Konsequenzen von Spaltung und politischer Instabilität bis hin zu gesundheitlichen Risiken entstehen. Diese negativen Entwicklungen können in ihrer Gesamtheit nicht durch Kennzeichnungspflichten gelöst werden, da eine selbst die korrekte Interpretation von Kennzeichen entsprechende Aufklärung erfordert und von schädlichen Akteuren ohnehin keine Rechtstreue zu erwarten ist.



### *3.4. Information gegen Desinformation*

**KI- und Medienbildung leistet einen entscheidenden Beitrag** dazu Desinformation einzudämmen, indem kritisches Denken, Prüfung von Online-Quellen und der sichere Umgang mit dem Output von KI-Tools gefördert werden. Mit dem zunehmenden Einsatz von KI ist es wesentlich, dass Medienkonsumentinnen über die notwendigen KI-Kompetenzen und Einsicht verfügen, wie Medien produziert werden und wie man **zwischen vertrauenswürdigen und unzuverlässigen Quellen und Anbietern unterscheidet**. Ein dadurch unterstützter gesunder Medienkonsum stärkt insgesamt auch die Medienlandschaft.

### *3.5. Ergebnis*

Neben entsprechender Kennzeichnung sind im Besonderen **Bildungsformate und Aufklärungskampagnen** notwendig, um die Öffentlichkeit über die Bedeutung und Risiken synthetischer Medien aufzuklären.