

LEITFADEN ZU DEN KI-KENNZEICHNUNGSPFLICHTEN DER EU

Stand: 30.07.2026, Autoren: Dagmar Schwelle und Marco Urban

(Übersetzungen aus den englischen Originaltexten mit Unterstützung von Claude AI)

Am 2. August 2026 tritt aufgrund von europarechtlichen Vorschriften eine Pflicht zur Kennzeichnung von sogenannten Deepfakes in Kraft. Da die rechtliche Definition des Begriffs Deepfake viel weiter gefasst ist als in der Alltagssprache, kann die Kennzeichnungspflicht uns alle betreffen. Denn in der Pflicht zu kennzeichnen steht der- oder diejenige, der oder die beruflich mit einem KI-System Bilder erstellt oder bearbeitet.

Noch sind viele Detailfragen offen, wahrscheinlich wird erst die Rechtsprechung Klarheit schaffen, wie die Regelungen auszulegen sind. Wir werden diesen Leitfaden daher im Laufe der Zeit immer wieder aktualisieren, ergänzen und wo nötig korrigieren, können aber keine Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit übernehmen.

Wo ist die Kennzeichnungspflicht geregelt?

Die Kennzeichnungspflicht für Deepfakes steht in Art. 50 (4) AI Act, also der KI-Verordnung der Europäischen Union (Verordnung (EU) 2024/1689). Als Verordnung gilt sie unmittelbar in allen Mitgliedstaaten und muss nicht erst in deutsches Recht umgesetzt werden. Sie legt einheitliche Regeln für das Inverkehrbringen und den Einsatz von KI fest.¹

Wie die Kennzeichnungspflicht praktisch umzusetzen ist, ergibt sich aus zwei begleitenden Texten.

- Der »Code of Practice on Transparency of AI-Generated Content« (CoP)² ist ein freiwilliges Rahmenwerk, das vor allem regelt, wie der Kennzeichnungspflicht nachzukommen ist, also wie das Label auszusehen hat und wo es platziert werden muss. Der CoP wurde in einem Stakeholder-Prozess erarbeitet, an dem auch FREELENS via AG Fortschritt im Deutschen Fotorat teilgenommen hat.
- Die »Guidelines on the implementation of the transparency obligations for certain AI systems under Article 50 of Regulation (EU) 2024/1689 (the 'AI Act')« sind Leitlinien der EU-Kommission. Sie legen den AI Act aus und erläutern unbestimmte Begriffe, insbesondere auch die Definition von Deepfake. Sie liegen seit 20. Juli 2026 final vor.³

Wichtig ist: Weder der CoP noch die Guidelines sind rechtlich bindend, nur der Europäische Gerichtshof kann den AI Act verbindlich auslegen. Dennoch sind sie im Moment der zentrale Anhaltspunkt, wie die Kennzeichnungspflicht umzusetzen ist.

¹ Abgesehen von der Pflicht zur für Menschen sichtbaren Kennzeichnung von Deepfakes gibt es auch eine Pflicht für Anbieter von KI-Systemen, generierte Audio-, Bild-, Video- oder Textinhalte maschinenlesbar zu kennzeichnen. Wir beschränken uns hier aber im Wesentlichen auf die Kennzeichnungspflicht für Deepfakes, da nur diese uns direkt betrifft.

² <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/129555>

³ <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/131215>

Was steht in Art 50 (4) AI Act?

Zunächst zum Gesetzestext: »Betreiber eines KI-Systems, das Bild-, Ton- oder Videoinhalte erzeugt oder manipuliert, die ein Deepfake sind, müssen offenlegen, dass die Inhalte künstlich erzeugt oder manipuliert wurden. (...) Ist der Inhalt Teil eines offensichtlich künstlerischen, kreativen, satirischen, fiktionalen oder analogen Werks oder Programms, so beschränken sich die in diesem Absatz festgelegten Transparenzpflichten darauf, das Vorhandensein solcher erzeugten oder manipulierten Inhalte in geeigneter Weise offenzulegen, die die Darstellung oder den Genuss des Werks nicht beeinträchtigt.«

Was ist ein kennzeichnungspflichtiger Deepfake?

Die Definition des AI Act und vor allem der erste Entwurf für die Guidelines der Kommission ließen erwarten, dass künftig sehr viele in der kommerziellen Fotografie übliche Bearbeitungsformen gekennzeichnet werden müssen. Die finalen Guidelines definieren den Begriff Deepfake nun etwas enger, der Spielraum für nicht kennzeichnungspflichtige (dezent) KI-Bearbeitungen wird also größer.

Laut AI Act handelt es sich bei einem Deepfake um »einen durch KI erzeugten oder manipulierten Bild-, Ton- oder Videoinhalt, der wirklichen Personen, Gegenständen, Orten, Einrichtungen oder Ereignissen ähnelt und einer Person fälschlicherweise als echt oder wahrheitsgemäß erscheinen würde« (Art. 3 Nr. 60 AI Act).

Die einzelnen Kriterien des Deepfake-Begriffs sind laut Guidelines wie folgt zu verstehen:

- »Wirklichen« Personen, Gegenständen, Orten, Einrichtungen oder Ereignissen ähneln: Hier geht es nicht nur um »echte« Personen, Orte etc., sondern es reicht, wenn diese plausibel existieren könnten oder existiert haben könnten. Keine Deepfakes sind folglich KI-Bilder oder KI-Videos von Phantasiewesen oder von Ereignissen, die den Naturgesetzen widersprechen. Cartoons und dergleichen unterliegen ebenfalls keiner Kennzeichnungspflicht.
- »Ähneln« hier ist eine deutliche Ähnlichkeit mit dem realen Objekt erforderlich, der Deepfake muss aber nicht damit identisch sein.
- »Einer Person fälschlicherweise als echt oder wahrheitsgemäß erscheinen« (»falsely appear to a person to be authentic or truthful«): Hier geht es um die zentrale Frage, ob ein generiertes oder KI-bearbeitetes Bild geeignet ist, den Betrachter zu täuschen. Eine Täuschungsabsicht der Bildersteller*innen ist dabei aber nicht erforderlich.

Maßstab ist nicht ein durchschnittlicher Betrachter, sondern das im konkreten Fall »vernünftigerweise vorhersehbare Publikum«. Besondere Sorgfalt ist laut den Guidelines dann zu üben, wenn es »vernünftigerweise vorhersehbar ist, dass Deepfake-Inhalte irgendwann von Kindern, älteren Menschen oder anderen Personengruppen mit

geringerer Digital- und KI-Kompetenz oder geringerem Allgemeinwissen wahrgenommen werden könnten, da diese hinsichtlich der Echtheit oder Wahrhaftigkeit der Inhalte leichter getäuscht oder in die Irre geführt werden können«.

Immerhin: Eine Weiterverbreitung durch Dritte über das vernünftigerweise vorhersehbare Publikum hinaus müssen wir nicht einkalkulieren. Wird ein Bild etwa nur in einem Abo-Bereich oder einem Unternehmens-Newsletter eingesetzt, ist nicht automatisch von einer breiten Öffentlichkeit auszugehen.

Interessant ist eine in die finalen Guidelines neu eingefügte Bemerkung: Wenn das »beabsichtigte und vernünftigerweise vorhersehbare« Publikum im konkreten Kontext gar nicht erwartet, dass der Inhalt authentisch ist, dann kann dieser definitionsgemäß gar kein Deepfake sein, selbst wenn er KI-generiert oder KI-manipuliert ist. Dies scheint die Kennzeichnungspflicht im Bereich der Werbung zwar etwas aufzuweichen. Zwei ebenfalls in den Guidelines genannte Beispiele für Deepfakes oder Nicht-Deepfakes setzen dem aber gewisse Grenzen:

Deepfake ist demnach: »Ein KI-generiertes Bild eines Produkts in Werbung oder auf Verpackungen, das die Wahrnehmung des Publikums beeinflussen und über das tatsächliche Aussehen, die Eigenschaften oder die Verwendung des Produkts irreführen kann (z. B. indem das Produkt nicht identisch mit dem realen Produkt, ansprechender oder in besserer Qualität als in Wirklichkeit erscheint).«

Kein Deepfake ist hingegen: »Ein reales Produkt (z.B. ein Auto), das in einer Werbung vor einem KI-generierten Hintergrund und Umfeld gezeigt wird, sofern die Werbung nicht geeignet ist, das Publikum über die tatsächliche Darstellung des Produkts sowie seine Eigenschaften und Verwendung irrezuführen.«

Besonders wichtig ist für uns Fotografinnen und Fotografen natürlich, welche Formen der KI-gestützten Bildbearbeitung dazu führen könnten, dass aus einem Foto ein Deepfake wird. Einen wichtigen Anhaltspunkt, was möglich ist und was nicht, kann Artikel 50 (2) AI Act liefern, der eigentlich nicht direkt uns, sondern die Anbieter von KI-Systemen betrifft. Diese müssen den Output ihrer Systeme maschinenlesbar kennzeichnen, außer wenn die Systeme »eine unterstützende Funktion für die Standardbearbeitung ausführen oder die vom Betreiber bereitgestellten Eingabedaten oder deren Semantik nicht wesentlich verändern«. Daraus kann man den Schluss ziehen, dass diese Modifikationen in der Folge auch keine Deepfakes erzeugen. Laut den Guidelines handelt es sich dabei z.B. um:

- Rauschreduzierung oder -entfernung zur Verbesserung der Klarheit, ohne die Bedeutung oder die Substanz des Inhalts zu verändern;
- geringfügige Farbanpassungen oder -korrekturen, Aufhellen oder Abdunkeln, Schärfen zur Verbesserung der Klarheit oder sonstige Standardbearbeitungen und technische Korrekturen;
- Entfernung von Staubflecken, die durch ein verschmutztes Objektiv oder einen verschmutzten Sensor verursacht wurden; Entfernung des Rote-Augen-Effekts; Löschen und Unkenntlichmachen von Hintergründen, die in der Originaldatei sichtbar sind; Verpixelung oder Unscharfmachen von Gesichtern;

- Standardanpassungen von Farbe und Kontrast, geringfügige Anpassungen der Wiedergabegeschwindigkeit, geringfügige Korrekturen zur Begradigung des Horizonts eines Bildes, Anwendung von Pixelfiltern zur Hervorhebung bestimmter Bildbereiche oder Anwendung von Farbpaletten auf Graustufenbilder, Ergänzung von Bildrändern (edge image completion), Umwandlung eines Schwarz-Weiß-Bildes oder -Videos in ein Farbbild bzw. -video und umgekehrt;
- Pixel Filling zur Anpassung des Seitenverhältnisses oder zur Verbesserung der Klarheit, ..., sonstige nicht-substanzielle Bearbeitungen zu kosmetischen und technischen Zwecken.

»Semantische Änderungen« hingegen müssen von den Anbietern der KI-Systeme maschinenlesbar gekennzeichnet werden. Das bedeutet nicht automatisch, dass damit auch Deepfakes entstehen, da dafür alle oben genannten Kriterien erfüllt sein müssen. Dennoch lässt sich an diesen Beispielen ablesen, welche Bearbeitungen mit KI zu Deepfakes führen könnten:

- Entfernen, Ersetzen oder Einfügen von Objekten oder Personen in bestehenden Bildern und Videos, wodurch sich die Bedeutung und Substanz des Inhalts verändern; Gesichtsaustausch oder substanzielle Veränderung des Gesichts;
- Erstellung realistischer Videos, die Ereignisse darstellen, die nicht stattgefunden haben; Veränderung der Körperform oder der Hautfarbe einer Person; extreme Aufhellung, Abdunkelung sowie Farb- und Kontrastveränderungen, die die Bedeutung, die Absicht und die Aussage des Inhalts verändern;
- Erstellung von zusammengesetzten Bildern oder zusammengesetzten Videoclips, die die Darstellung von Personen, Objekten, Ereignissen oder Fakten verändert; jede sonstige substanzielle Veränderung des Inhalts.

Auffällig ist hier, dass gemäß den finalen Guidelines Entfernen, Hinzufügen oder Verändern von Elementen nicht schon per se Kennzeichnungspflicht auslösen, sondern erst dann, wenn sie eine substanzielle Veränderung des Inhalts bewirken. Das war im Entwurf noch deutlich strenger geregelt.

Diese Tendenz setzt sich auch im Kapitel betreffend Deepfakes fort. In Absatz 116 der Guidelines heißt es, dass je nach Kontext und Publikum eine »KI-gestützte Manipulation unbedeutender inhaltlicher oder technischer Aspekte bereits bestehender Inhalte für die Beurteilung der Authentizität oder Wahrhaftigkeit des Inhalts durch eine Person von geringer Relevanz sein kann«, womit kein Deepfake entsteht. Aufgezählt werden hier: die Bearbeitung von Hintergrunddetails (z. B. das Entfernen von Passanten), Anpassungen der Beleuchtung, Farbkorrektur, Rauschreduzierung oder -entfernung, kosmetische Anpassungen und Optimierungen, Hintergrunderweiterungen, Anpassungen oder Ersetzungen von Hintergründen zu eindeutig ästhetischen Zwecken, Kompositionen und Arrangements bestehender Produkte. Als zulässiger Kontext werden hier beispielhaft Produktwerbung oder Verpackungen genannt.

Weiter heißt es: »Umgekehrt kann eine substanzielle KI-gestützte Bearbeitung von Hintergrunddetails journalistischer Bilder, die über übliche technische, redaktionelle Praktiken hinausgeht, die Wahrnehmung der Authentizität und Wahrhaftigkeit des Inhalts durch eine Person negativ beeinflussen.«

Gemäß Guidelines wären kleinere, nicht-substanzielle Veränderungen nun wohl ohne Kennzeichnung zulässig, wenn sie die Echtheitserwartung nicht beeinträchtigen. Allerdings könnten sich solche Eingriffe im redaktionellen Bereich aus Gründen journalistischer Ethik verbieten.

Leider liefern die Guidelines (bis auf die oben genannten Beispiele mit generierten Produktbildern oder Hintergründen) keine weiteren praxisnahen Beispiele für unsere Arbeitsfelder. Wir werden versuchen, dem AI Office noch eine Stellungnahme zu konkreten Anwendungsfällen zu entlocken.

Wer muss kennzeichnen?

Kennzeichnen muss der »Betreiber«, also »eine natürliche oder juristische Person, Behörde, Einrichtung oder sonstige Stelle, die ein KI-System in eigener Verantwortung verwendet, es sei denn, das KI-System wird im Rahmen einer persönlichen und nicht beruflichen Tätigkeit verwendet«.

Hier offenbart sich nun leider ein grundsätzlicher Webfehler des AI Act. Denn Normadressaten sind nicht in erster Linie die Plattformen und Verlage und Unternehmen, die KI-generierte und KI-bearbeitete Bilder veröffentlichen. Diese gelten nur dann als »Betreiber«, wenn die Bilder unter ihrer Verantwortung und Kontrolle gepromptet oder mit KI modifiziert wurden. In den meisten Fällen blicken uns unsere Kunden aber nicht über die Schulter und leiten uns bei der Bearbeitung unserer Bilder auch nicht an. Daher sind in aller Regel wir die eigenverantwortlichen »Betreiber« der KI-Systeme, und sind somit in der Pflicht, ein sichtbares Label anzubringen.

Nur in folgenden Fällen wären die Auftraggeber*innen selbst (auch) »Betreiber«:

- wenn sie den KI-Einsatz explizit anweisen oder vorgeben (z. B. durch exaktes Briefing oder Vertrag),
- wenn der Fotograf/die Fotografin in die redaktionellen Workflows eines Unternehmens eingegliedert ist, oder
- wenn der Kunde/die Kundin nach Lieferung selbst KI-Bearbeitungen vornimmt.

Plattformen, Verlage, Unternehmen, Agenturen – also alle, die unsere Bilder veröffentlichen – werden von den Guidelines lediglich »ermutigt«, die sichtbaren und unsichtbaren KI-Kennzeichnungen zu erhalten, sind selbst aber nicht direkt in der Pflicht. Eine Ausnahme bilden sehr große Online-Plattformen (VLOPs): Sie unterliegen über Art. 35 Digital Services Act der EU mitunter eigenen Pflichten, KI-Inhalte erkennbar zu machen. Für unsere typischen Auftraggeber – Verlage, Agenturen, Unternehmen – gilt das aber nicht.

Das ist ein wirklich großes Defizit der gesamten Regelungsarchitektur: Die Betreiber müssen zwar zwingend kennzeichnen, die Publizierenden müssen die Kennzeichnung aber nicht unbedingt beibehalten. Hier wird einmal mehr deutlich, dass sich die Autoren des AI Act nicht wirklich mit den Verwertungsketten der unterschiedlichen Werkformen beschäftigt haben. Wir haben in den Konsultationsprozessen immer wieder auf diese Diskrepanz aufmerksam gemacht.

Gekennzeichnet werden muss »spätestens zum Zeitpunkt der ersten Interaktion« mit einer natürlichen Person. Sprich: eigentlich muss schon bei der Übergabe an die Kund*innen ein sichtbares KI-Label im Bild selbst angebracht werden (mehr zum Label unten). Dies ist natürlich hochgradig unpraktisch, da zum Zeitpunkt der Übergabe noch nicht klar ist, ob und gegebenenfalls wie das Bild bei der tatsächlichen Veröffentlichung beschnitten werden soll.

Eine Möglichkeit, die Umsetzung der Kennzeichnungspflicht im Sinne des AI Act praktisch handhabbar zu machen, könnte sein, die Bilddatei um einen Rand zu erweitern, in dem das Label angebracht wird, und zugleich die Kund*innen vertraglich zu verpflichten, dass sie selbst das Label bei der endgültigen Veröffentlichung korrekt platzieren müssen. Diese Möglichkeit ist zwar im CoP so nicht angelegt, widerspricht dem AI Act an sich aber nicht. Textbausteine für vertragliche Regelungen findet ihr im Anhang. Eine solche Vereinbarung entbindet denjenigen, der im konkreten Fall selbst »Betreiber« ist, aber nicht von seinen gesetzlichen Pflichten, sondern wirkt nur im Verhältnis zu den Kund*innen und ermöglicht Regressansprüche, falls diese zuwiderhandeln.

Wie muss gekennzeichnet werden?

Die konkreten Anforderungen für die Kennzeichnung liefert der Code of Practice. Kernstück ist ein sichtbares Label, das als zentrales Element das großgeschriebene Kürzel »AI« trägt. Eine nationalsprachliche Variante (also »KI«) ist nur dort vorgesehen, wo nationales Recht die Verwendung des Englischen ausschließt.

Die Buchstaben müssen die gleiche Höhe haben und ihre Proportionen beim Skalieren behalten; Größe, Farbe, Kontrast und Typografie dürfen variieren, solange das Label klar, zugänglich und für einen Menschen unterscheidbar bleibt.

Die EU stellt dafür drei Icons zur Verfügung ([herunterzuladen hier](#)): eines für vollständig KI-generierte Inhalte (»AI GENERATED«), eines für mit KI bearbeitete Inhalte (»AI MODIFIED«) und ein Basis-Icon »AI«, das um eine zweite (interaktive) Informationsebene ergänzt werden kann.

 **AI GENERATED** **AI MODIFIED** **AI**

Man muss das EU-Icon aber nicht verwenden, ein eigenes Label genügt, solange es die genannten Vorgaben - also eine klare, unterscheidbare und barrierefreie Offenlegung - erfüllt. Im AI Act selbst ist übrigens anders als im CoP das englische »AI« nicht vorgeschrieben. Für Nutzungen rein im deutschsprachigen Raum wäre ein Label mit den Buchstaben »KI« somit auch möglich. Wer den CoP unterzeichnet hat, sollte allerdings beim dort vorgesehenen »AI«-Kürzel bleiben.

Das Label muss ohne Zutun und ohne anhaltende Aufmerksamkeit der Betrachtenden sofort erkennbar sein, lange genug sichtbar bleiben und sich vor jedem Hintergrund deutlich abheben. Es muss direkt in den Inhalt selbst eingebettet werden, beim Bild etwa in einer freien Ecke (im CoP wird die obere rechte Ecke genannt), und zwar spätestens bei der ersten Wahrnehmung durch einen Menschen. Falls es gleichwertige Alternativen zu einer Platzierung direkt im Bild gibt, können diese angewendet werden (z.B. ein Overlay, durch das beim Betrachtenden der Eindruck erweckt wird, als sei das Label direkt in den Inhalt eingebettet). Bei Videos muss das Label am Anfang und zusätzlich soweit möglich in regelmäßigen Abständen bzw. nach Unterbrechungen (z. B. Werbeblöcken) erscheinen.

Sonderfall künstlerischer, kreativer, satirischer, fiktionaler oder analoger Werke:

Ist ein Bild »Teil eines offensichtlich künstlerischen, kreativen, satirischen, fiktionalen oder analogen Werks oder Programms«, gilt eine abgeschwächte Pflicht. Das Label muss zwar auch dann gesetzt werden, darf aber so platziert werden, dass es die Darstellung und den Genuss des Werks nicht beeinträchtigt, also etwa außerhalb bzw. neben dem Bild- oder Videorahmen, in begleitenden Hinweisen oder einer Beschreibung, im Vor- oder Abspann, in einem Ausstellungsflyer, auf dem Eintrittsticket oder der Verpackung, bzw. bei digitaler Ausspielung in einem Overlay oder einer anklickbaren Schaltfläche.

Für diese Ausnahme gelten aber strenge Regeln: Erstens muss der künstlerische/kreative Charakter offensichtlich sein. Inhalte, deren Charakter für das Publikum unklar oder mehrdeutig ist, fallen aus dem Sonderregime heraus, ebenso Inhalte, die primär informieren oder kommerziell wirken sollen. Die Guidelines formulieren es ausdrücklich einzelfallabhängig: Manche Inhalte (etwa Werbung oder Dokumentationen) mit Deepfake-Anteilen können in der einen Situation als offensichtlich kreatives oder fiktionales Werk gelten, in einer anderen aber nicht. Für unseren typischen Berufsalltag heißt das: wir sollten uns auf diese Ausnahme besser nicht verlassen.

Sollen Fotograf*innen nun den Code of Practice unterzeichnen?

Das AI Office hatte alle Anbieter und Betreiber von KI-Systemen ermuntert, den Code of Practice on Transparency of AI-Generated Content bis zum 27. Juli zu unterzeichnen. Eine Unterzeichnung ist aber auch später noch jederzeit möglich. Da alle von uns, die beruflich KI-Tools verwenden, wie oben geschildert »Betreiber« sind, fallen auch wir in den Kreis der potenziellen Unterzeichner*innen.

Die im CoP aufgeführten Maßnahmen sollen bei der praktischen Erfüllung der Verpflichtungen gemäß AI Act unterstützen. Wer den CoP unterschreibt, bekennt sich dazu, die betreffenden Maßnahmen zu ergreifen, das soll die Nachweisbarkeit eines AI-Act-konformen Verhaltens erleichtern.

Aber lohnt sich eine Unterschrift tatsächlich? In den Guidelines wird angeführt, dass den Unterzeichner*innen von den Aufsichtsbehörden ein höheres Vertrauen entgegengebracht werden soll, während Nicht-Unterzeichner*innen im Prüffall intensivere Nachfragen zu

erwarten haben und einen höheren Aufwand treiben müssen, um ihr regelkonformes Verhalten zu belegen.

Wir nehmen an, dass eine Unterzeichnung wohl eher für jene von uns sinnvoll ist, die tatsächlich vor allem KI-Bilder generieren und nicht bloß Fotos mit KI-Tools bearbeiten. Wer sich gegen eine Unterzeichnung entscheidet, sollte jedenfalls seine eigene Compliance-Logik gründlich dokumentieren.

Hier findet ihr das Formular für die Unterzeichnung des Code of Practice: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/how-sign-code-practice-transparency-ai-generated-content>. Eventuell wird künftig auch eine Online-Lösung statt des derzeitigen Word-Formulars zur Verfügung gestellt.

Grundsätzlich gilt: Wir sind — ähnlich wie bei der DSGVO — nicht im Fokus dieser Verordnung. Wir müssen sie beachten, aber es steht nicht zu befürchten, dass Ende August ein Beamter der Aufsichtsbehörde an der Türe klingelt, um die Einhaltung des AI Act zu kontrollieren.

Ab wann muss gekennzeichnet werden?

Alle ab dem 2. August geschaffenen »Deepfakes« müssen vor der ersten Interaktion mit einem Menschen gekennzeichnet werden. Vor dem 2. August generierte Bilder oder mit KI bearbeitete Fotos müssen nachträglich nicht gekennzeichnet werden. Das AI Office »ermuntert« die »Betreiber« aber, dies dennoch zu tun. Im Interesse der Transparenz gegenüber den Kund*innen sollten wir das auch tun.

Die Anforderungen von redaktionellen Kund*innen werden wohl noch über den AI Act hinausgehen. Denn in aller Regel ist die Manipulation von Fotografien hier nicht zulässig, egal ob mit oder ohne KI. Hier sollte schon heute gelten: Keine Pixel verschieben, keine Pixel entfernen, keine Pixel hinzufügen.

Apropos Inkrafttreten: Art. 50 (2) AI Act enthält ja auch eine Pflicht für »Anbieter« von KI-Systemen (also Midjourney, Adobe, Gemini etc.), synthetische Audio-, Bild-, Video- oder Textinhalte maschinenlesbar zu kennzeichnen (also unsichtbar per Wasserzeichen, Metadaten, mit kryptografischen Methoden etc.) und als künstlich erzeugt oder manipuliert erkennbar zu machen. Diese Pflicht, die ursprünglich auch schon am 2. August in Kraft treten sollte, wurde nun vom sogenannten »Digital-Omnibus« auf 2. Dezember verschoben für KI-Systeme, die bereits vor dem 2. August auf dem Markt waren. Sinnvollerweise hätten diese unsichtbare Markierung und das sichtbare Label von Beginn an Hand in Hand gehen sollen. Die Kennzeichnung hätte dann automatisiert werden können, was uns die Arbeit sicherlich erleichtert hätte.

Welche Konsequenzen kann ein Verstoß haben?

Theoretisch drohen empfindliche Bußgelder: Bei Verstößen gegen die Transparenzpflichten sieht der AI Act Strafen von bis zu 15 Millionen € vor oder - wenn dieser Betrag höher ist - bis zu 3 % des gesamten weltweiten Jahresumsatzes des vorangegangenen Geschäftsjahres. Für kleine und mittlere Unternehmen einschließlich Soloselbstständiger gilt dagegen jeweils der niedrigere der beiden Beträge als Obergrenze. Zudem müssen die Behörden bei der Bemessung die wirtschaftliche Tragfähigkeit kleiner Anbieter und Betreiber berücksichtigen.

Wie streng und wie schnell die nationalen Aufsichtsbehörden die Transparenzpflichten gegenüber einzelnen Solo-Selbstständigen tatsächlich durchsetzen werden, ist noch offen. Zur Sicherheit solltet ihr immer dokumentieren, welche KI-Tools ihr in welchem Umfang einsetzt, wie ihr die Kennzeichnungspflicht prüft und wie ihr die Kennzeichnung praktisch sicherstellt. Eine Archivierung der Originaldateien sowie der an die Kund*innen übergebenen Dateien ist ebenfalls sinnvoll.

Jedenfalls solltet ihr besser nicht darauf hoffen, dass man nicht erkennen kann, dass ihr generative KI eingesetzt habt. Denn die Anbieter von KI-Systemen müssen KI-generierte Inhalte künftig nicht nur maschinenlesbar/unsichtbar kennzeichnen, sondern auch Erkennungsverfahren öffentlich verfügbar machen, mit denen KI-Bilder oder mit KI manipulierte Fotos identifiziert werden können. Vermutlich wird es künftig Tools geben, mit denen Bilder auf Markierungen aller KI-Systeme überprüft werden können.

Wie geht man nun am besten mit der Situation um?

Die finalen Guidelines lassen, wie oben beschrieben, einen gewissen Spielraum an KI-Gebrauch zu, ohne in die Kennzeichnungspflicht zu rutschen. Wir hoffen auf weitere Signale aus der EU-Kommission und aus dem AI Office, wie konkrete Fälle zu beurteilen sind. Bis sich mehr Klarheit einstellt, gilt: besser einmal zu viel gekennzeichnet als einmal zu wenig.

Wer auf die neuen Tools nicht verzichten will, sollte jedenfalls im Vorfeld abklären, ob das aus Kund*innensicht überhaupt erwünscht oder zulässig ist. Manche Auftraggeber*innen - vor allem aus dem redaktionellen Bereich - haben auch strengere Anforderungen als der AI Act. Komplette Transparenz über das eigene Vorgehen, in schriftlicher Konversation und auch exakt dokumentiert in den Metadaten, ist wichtiger denn je. Idealerweise entwickelt ihr einen Workflow, der von der Kamera bis zur Ausgabe alle Bearbeitungsschritte dokumentiert. Am besten sowohl in den Metadaten als auch - etwas robuster - mittels C2PA/Content Credentials.

Unterliegen auch Selbständige einer Schulungspflicht?

Die bisherige Pflicht zum Erwerb von KI-Kompetenz aus Artikel 4 AI Act wird durch den sogenannten »Digital-Omnibus« etwas aufgeweicht (der Erwerb von KI-Kompetenz muss nun nicht mehr »sichergestellt«, sondern nur noch »unterstützt« werden). Zugleich werden nun

die Unterzeichner*innen des CoP angehalten, Maßnahmen zur Förderung der Kenntnisse betreffend Kennzeichnungspflichten zu ergreifen. Bei selbständigen KI-Betreibern wie euch bedeutet das, dass ihr selbst für eure Fortbildung sorgen müsst, immer in angemessenem Verhältnis zur Größe und den verfügbaren Ressourcen eures Unternehmens.

FREELENS bietet regelmäßig Schulungen an, die diese Kenntnisse vermitteln.

ANHANG - TEXTBAUSTEINE FÜR VERTRAGLICHE REGELUNGEN MIT KUND*INNEN

Nach derzeitigem Stand können wir euch folgende Textbausteine für vertragliche Regelungen mit euren Kund*innen bereitstellen. Sie sind unverbindliche Formulierungshilfen, kein Ersatz für eine anwaltliche Prüfung im Einzelfall. Sie entfalten ihre volle Wirkung eher als individuell ausgehandelte Vereinbarung denn als AGB-Klauseln:

(1) Soweit gelieferte Bild- oder Videoinhalte unter Einsatz generativer KI-Werkzeuge so erzeugt oder bearbeitet wurden, dass sie als Deepfake im Sinne von Art. 3 Nr. 60 KI-Verordnung einzustufen sind, liefert der Fotograf/die Fotografin diese mit einem sichtbaren AI-Label entsprechend dem »Code of Practice on Transparency of AI-Generated Content« (CoP) aus. Form und Position legen die Parteien im Rahmen der Anforderungen des CoP einvernehmlich fest.

(2) Der Auftraggeber/die Auftraggeberin verpflichtet sich, das vom Fotograf/von der Fotografin gesetzte AI-Label und die Metadaten des Bildes bei jeder Veröffentlichung und Weitergabe zu erhalten. Wird der Inhalt zugeschnitten, ins Layout integriert oder anderweitig bearbeitet, sodass das Kennzeichen entfällt, verdeckt oder unkenntlich wird, bringt der Auftraggeber/die Auftraggeberin es spätestens zum Zeitpunkt der ersten Wahrnehmung durch eine natürliche Person an geeigneter, klar und deutlich erkennbarer Stelle des veröffentlichten Inhalts erneut an.

(3) Sind die Veröffentlichungsformate zu divers für eine fixe Platzierung des AI-Labels durch den Fotografen/die Fotografin, verpflichtet sich der Auftraggeber/die Auftraggeberin, die Kennzeichnung in der finalen Veröffentlichung gemäß den Vorgaben des AI Act und des CoP selbst anzubringen und aufrechtzuerhalten. Der Fotograf/die Fotografin erfüllt seine/ihre Mitwirkungspflichten insbesondere dadurch, dass die kennzeichnungspflichtigen Inhalte bei Übergabe eindeutig bezeichnet und die Anforderungen an die Kennzeichnung dokumentiert werden.

(4) Der Auftraggeber/die Auftraggeberin stellt den Fotografen/die Fotografin von allen Ansprüchen, Bußgeldern und Kosten (einschließlich angemessener Rechtsverteidigungskosten) frei, die daraus entstehen, dass er/sie eine ihm/ihr nach dieser Vereinbarung obliegende Kennzeichnung unterlässt, entfernt oder fehlerhaft anbringt.

(5) Nimmt der Auftraggeber/die Auftraggeberin selbst KI-Bearbeitungen vor, ist er/sie für deren Kennzeichnung allein verantwortlich.