

# Der EU AI Act

Ein Leitfaden zum Umgang mit Künstlicher Intelligenz  
in der Werbung & Marktkommunikation



# Inhaltsverzeichnis:

<b>Einleitung</b> . . . . .	<b>3</b>
1.1 Bedeutung des EU AI Act für die Mitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation . . . . .	3
1.2 Ziel des Whitepapers . . . . .	3
<b>Der EU AI Act im Überblick</b> . . . . .	<b>5</b>
2.1 Grundlagen des EU AI Act im Überblick. . . . .	5
2.2 Anwendungsbereich . . . . .	5
2.3 Klassifizierung von KI-Systemen nach Risikostufen . . . . .	6
2.4 Strafen und Sanktionen. . . . .	10
<b>Relevanz für die Wiener Kreativbranche</b> . . . . .	<b>11</b>
3.1 Transparenz und Kennzeichnung . . . . .	11
3.2 Datenschutz . . . . .	12
3.3 Geheimhaltung / vertrauliche Informationen der Kundschaft. . . . .	13
3.4 Urheberrecht . . . . .	14
3.5 Ethik, Manipulation und Diskriminierung . . . . .	14
3.6 Haftungen und Lizenzen . . . . .	15
<b>Betroffene Geschäftsfelder und Leistungen</b> . . . . .	<b>17</b>
4.1 Personalisierte Werbung . . . . .	17
4.2 Zielgruppenansprache . . . . .	18
4.3 Automatisierte Interaktion mit Personen (Chatbots). . . . .	19
4.4 Content-Erstellung (Text, Audio, Bild & Video) . . . . .	19
4.5 Monitoring und Analyse-Instrumente . . . . .	20
<b>Tipps und Best Practices für den rechtssicheren Umgang mit KI</b> . . . . .	<b>21</b>
5.1 Bestandsaufnahme von KI-Anwendungen, die bereits zum Einsatz kommen . . . . .	21
5.2 Erstellung von KI-Guidelines für Mitarbeitende . . . . .	22
5.3 Schulungen und Sensibilisierungsmaßnahmen für Mitarbeitende . . . . .	22
5.4 Monitoring und kontinuierliche Anpassung an neue gesetzliche Vorgaben . . . . .	23
5.5 Welche Berufsgruppen in der Werbewirtschaft sind wie betroffen? . . . . .	23
<b>Ressourcen und weiterführende Informationen</b> . . . . .	<b>25</b>
6.1 Wichtige Links . . . . .	25
6.2 Quellen . . . . .	25

---

# Einleitung

## 1.1 Bedeutung des EU AI Act für die Mitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation

Die weltweit erste gesetzliche Regulierung von Systemen und Anwendungen der Künstlichen Intelligenz (kurz: KI) ist für jedes Unternehmen in der Europäischen Union (EU) relevant, doch gerade für Unternehmen der Werbe- und Kommunikationsbranche sowie die gesamte Werbewirtschaft von besonderer Bedeutung. Der AI Act der EU ist als erstes Gesetz, das den Einsatz von KI-Systemen regelt, ein Vorreiter, indem es für Rechtssicherheit sorgt und gleichzeitig ethische Standards setzt, um Missbrauch und negative Auswirkungen der Technologie zu verhindern. Dadurch wird der EU AI Act erhebliche Auswirkungen auf Unternehmen und Organisationen haben, die KI-Systeme entwickeln, bereitstellen oder nutzen. Leider hat die Regelung aber auch Schwachstellen, da etwa konkrete Regelungen zum Einsatz von KI-Anwendungen, die bereits in vielen Organisationen verbreitet sind (z.B. ChatGPT, Midjourney), fehlen.

Die Werbe- und Kommunikationsbranche zählt zu den Vorreitern beim Einsatz von KI-basierter Technologie, die unzählige Möglichkeiten zur Effizienz- und Kreativitätssteigerung oder zur Verbesserung der Ergebnisse ermöglicht. Mit dem Inkrafttreten des EU AI Act müssen sämtliche KI-Anwendungen, die im Arbeitsalltag zum Einsatz kommen, auf ihre Gesetzeskonformität überprüft werden.

Gleichzeitig kommt den Mitgliedern der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation im Rahmen der Beratung ihrer B2B-Kunden eine Vermittlungsrolle zu. Sie müssen nicht nur sicher sein, welche Funktionen sie selbst rechtskonform einsetzen dürfen, sondern auch, worauf sie Ihre Kundschaft hinsichtlich der Planung und Umsetzung von Projekten hinweisen müssen.

## 1.2 Ziel des Whitepapers

Das Ziel der Wirtschaftskammer Wien (WKW) ist es, mit diesem Whitepaper eine umfassende Orientierung zu den Auswirkungen des EU AI Act auf betroffene Geschäftsfelder und Leistungen zu bieten. Es erklärt die rechtlichen Anforderungen des **EU AI Act** und zeigt auf, wie die Wiener Kreativbranche diese in ihren Arbeitsprozessen umsetzt. Das Whitepaper vermittelt Tipps und Fallbeispiele für den rechtssicheren Umgang mit KI. Es richtet sich speziell

---

an die **Mitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation**, die nicht nur gesetzliche Vorgaben einhalten, sondern auch innovative und zugängliche Lösungen entwickeln wollen, die eine breitere Zielgruppe erreichen und langfristig Wettbewerbsvorteile sichern. Durch Expertise in diesen Gebieten ergibt sich auch die Grundlage als Beraterinnen und Berater in diesem Bereich tätig zu sein und zusätzliche Betätigungsfelder zu erschließen.

**Hinweis:** Dieser Text wurde unter Zuhilfenahme von Künstlicher Intelligenz erstellt. Zum Einsatz kamen ChatGPT für Vorschläge und die Ideenfindung sowie DeepL für Übersetzungen. Diese KI-Technologien wurden ausschließlich unterstützend genutzt. Die endgültige Entscheidung über die Inhalte, die mit KI-Hilfe erstellt wurden, lag immer bei einem Menschen.

---

# Der EU AI Act im Überblick

## 2.1 Grundlagen des EU AI Act im Überblick

Nach über drei Jahren der Verhandlungen hat das EU-Parlament im Frühjahr 2024 Regeln für den Umgang mit KI vereinbart. Die EU-Verordnung 2024/1689, bekannt als AI Act, wurde Mitte Juli 2024 veröffentlicht. Der AI Act ist weltweit das erste Gesetz, das konkrete Regelungen für den Einsatz von KI enthält. Am 1. August 2024 trat der AI Act in Kraft, wobei die verschiedenen Bestimmungen je nach Risikoeinstufung der betroffenen KI-Systeme gestaffelt wirksam werden.

Bei dem AI Act handelt es sich um eine EU-Verordnung – somit gilt er unmittelbar in allen EU-Staaten. Es bedarf keiner Überführung in nationales Recht, etwa durch ein eigenes österreichisches KI-Gesetz. Der AI Act wurde entwickelt, um einen einheitlichen Rechtsrahmen für KI-Systeme in der EU zu schaffen. Ziel ist es, den EU-Binnenmarkt zu stärken, eine menschenorientierte und vertrauenswürdige KI zu fördern und gleichzeitig hohe Standards für Gesundheit, Sicherheit und Grundrechte zu gewährleisten.

### Die Verordnung bringt:

- ▶ Einheitliche Regeln für den Einsatz und die Vermarktung von KI-Systemen in der EU,
- ▶ Verbote bestimmter KI-Praktiken,
- ▶ Spezielle Anforderungen für Hochrisiko-KI-Systeme,
- ▶ Transparenzvorschriften für bestimmte KI-Systeme,
- ▶ Regeln für allgemein einsetzbare KI-Modelle,
- ▶ Vorschriften für die Marktüberwachung und Governance,
- ▶ Maßnahmen zur Innovationsförderung, insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) und Start-ups.

## 2.2 Anwendungsbereich

Der AI Act hat einen breiten Anwendungsbereich und gilt für alle, die Produkte oder Dienstleistungen auf Grundlage von KI anbieten. Er umfasst Anwendungen,

die Inhalte, Vorhersagen oder Empfehlungen bereitstellen oder die Entscheidungsfindung der Nutzenden beeinflussen. Zudem ist auch die Nutzung von KI im öffentlichen Sektor vom AI Act erfasst, beispielsweise in der Strafverfolgung. Der AI Act ergänzt bestehende Rechtsakte wie die EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO).

Zudem ist der Unterschied zwischen Anbietenden und Betreibenden ein wesentlicher: Die Anbietenden sind für die Entwicklung des KI-Systems oder General Purpose AI-Modelle (kurz GPAI-Modelle) verantwortlich. Dabei handelt es sich um Personen und Einrichtungen, die in den verschiedenen Entwicklungsphasen – von der Datenvorbereitung über das Modelltraining bis hin zur Evaluierung und Optimierung – von KI-Systemen oder GPAI-Modellen beteiligt sind. Die Betreibenden wiederum sind diejenigen, die ein KI-System eigenverantwortlich nutzen. In der Wertschöpfungskette folgen die Betreibenden auf die Anbietenden und führen das KI-System praktisch aus. Die Betreibenden entscheiden, ob und wie ein KI-System eingesetzt wird, und tragen dafür die Verantwortung. Von diesem Begriff ausgenommen ist die rein private Nutzung von KI-Systemen. Die Mitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation finden sich in der Rolle der Betreibenden wieder.

### **Generative KI und allgemein einsetzbare KI-Systeme**

Generative KI-Modelle, auch als General Purpose AI Models (GPAI) bekannt, bewältigen viele Aufgaben wie Klassifizierung, Generierung oder Vorhersagen mit unstrukturierten Daten wie Text, Bildern und Videos. Ein bekanntes Beispiel hierfür ist GPT-4 von OpenAI. Wichtig ist auch die Unterscheidung zwischen KI-Modellen und KI-Systemen: GPAI-Modelle werden erst zu einem vollständigen KI-System, wenn zusätzliche Komponenten wie eine Nutzungsschnittstelle hinzukommen. Für solche Systeme gibt es strenge Dokumentations- und Informationspflichten, um potenzielle Risiken wie unerwünschte Ergebnisse oder Datenschutzprobleme zu minimieren.

Außerdem führt die Verordnung eine neue Kategorie für allgemein einsetzbare KI-Systeme (GPAIS) ein, die auch generative KI wie ChatGPT umfasst: Anbietende müssen technische Dokumentationen und Informationen über Trainingsdaten bereitstellen. Für risikoreiche KI-Modelle, auf die später genauer eingegangen wird, gelten weitergehende Pflichten, darunter Tests und Maßnahmen zur Risikominimierung. KI-Anwendungen werden je nach Risiko in Kategorien eingeteilt – besonders risikoreiche Programme, die z.B. Gesundheit, Sicherheit oder Grundrechte gefährden, unterliegen strengeren Auflagen, wie etwa einer Folgenabschätzung.

## **2.3 Klassifizierung von KI-Systemen nach Risikostufen**

Die Verordnung teilt KI-Anwendungen in unterschiedliche Risikokategorien ein: Von minimalem bis hin zu inakzeptablem Risiko. Anbietende von KI-

Programmen, die potenziell die Gesundheit, Sicherheit, Bürgerrechte, Umwelt, Demokratie, Wahlen oder Rechtsstaatlichkeit gefährden, müssen für eine Zulassung bestimmte Auflagen erfüllen. Darunter fällt zum Beispiel eine Folgenabschätzung hinsichtlich der Auswirkungen auf Grundrechte. KI-Anwendungen mit geringerem Risiko unterliegen vor allem Transparenzregeln, die sicherstellen, dass von KI erstellte Inhalte als solche gekennzeichnet werden.

### **KI-Systeme mit „minimalem“ oder keinem Risiko**

Darunter fallen z. B. Videospiele oder Spam-Filter. Sie unterliegen keinen spezifischen Pflichten im Sinne des AI Act. Das Einhalten von Verhaltenskodizes wird gefördert, sie sind aber freiwillig.

### **KI-Systeme mit „begrenztem“ Risiko**

Als KI-Systeme mit „begrenztem“ Risiko werden jene Anwendungen bezeichnet, deren Risiko durch Transparenz minimiert wird. Derartige KI-Systeme sind nicht verboten. Den Anbietenden und Betreibenden werden überwiegend Transparenzpflichten auferlegt: Etwa, dass Personen darüber informiert werden müssen, dass sie mit einem KI-System interagieren oder Inhalte künstlich erzeugt wurden.

**Unter KI-Systeme mit „begrenztem“ Risiko fallen gemäß Artikel 50 AI Act folgende Systeme:**

- ▶ KI-Systeme, welche mit natürlichen Personen direkt interagieren (z. B. Chatbots)
- ▶ KI-Systeme, die Bild-, Audio-, Text- oder Videoinhalte erzeugen oder manipulieren (z. B. Deepfakes – davon zu unterscheiden sind Deepfakes zur Manipulation menschlichen Verhaltens, welche verboten sind!)
- ▶ Biometrische Kategorisierungs- und Emotionserkennungssysteme (davon zu unterscheiden sind KI-Systeme, welche verboten sind!)

### **Hochrisiko-KI-Systeme**

Wie die Bezeichnung bereits andeutet, sind Hochrisiko-KI-Systeme mit erheblichen Gefahren verbunden. Speziell im Hinblick auf die Wahrscheinlichkeit eines Schadenseintritts und auch des Schadensausmaßes an individuellen oder öffentlichen Interessen sind diese Systeme hochriskant. Hochrisiko-KI-Systeme gemäß Artikel 6 AI Act sind allerdings nicht per se verboten. Das Inverkehrbringen oder die Inbetriebnahme ist allerdings nur unter Einhaltung bestimmter Anforderungen erlaubt.

### **Praktiken mit inakzeptablem Risiko**

Einige Praktiken im Zusammenhang mit KI-Systemen sind wegen des hohen Risikos verboten. Dabei geht es um die hohe Wahrscheinlichkeit eines Schadenseintritts sowie das mögliche Ausmaß des Schadens für individuelle oder öffentliche Interessen.

**Dazu zählen gemäß Artikel 5 AI Act:**

- ▶ KI-Systeme, die das menschliche Verhalten manipulieren, um den freien Willen des Menschen zu umgehen
- ▶ KI-Systeme, die eingesetzt werden, um die Schwächen von Menschen (aufgrund ihres Alters, einer Behinderung, ihrer sozialen oder wirtschaftlichen Lage) auszunutzen
- ▶ KI-Systeme, die auf der Grundlage von Sozialverhalten oder persönlichen Merkmalen Bewertungen vornehmen, die zu einer Schlechterstellung führen (Social Scoring)
- ▶ Risikobewertungssysteme, die auf der Grundlage von Profiling das Risiko bewerten oder vorhersagen, ob eine natürliche Person eine Straftat begeht (Predictive Policing; zu Deutsch „vorhersagende Polizeiarbeit“)
- ▶ Ungezieltes Auslesen von Gesichtsbildern aus dem Internet oder aus Überwachungsaufnahmen zur Erstellung von Gesichtserkennungsdatenbanken
- ▶ Emotionserkennung am Arbeitsplatz und in Bildungseinrichtungen (ausgenommen sind KI-Systeme zu medizinischen [z. B. therapeutischen Nutzung] oder sicherheitstechnischen Zwecken)
- ▶ Biometrische Kategorisierungssysteme um Rückschlüsse auf sensible Informationen (z. B. politische, religiöse oder philosophische Überzeugungen, sexuelle Orientierung, Rasse) zu ziehen oder zu bestimmen
- ▶ Verwendung von biometrischen Echtzeit-Fernererkennungssystemen in öffentlich zugänglichen Räumen zu Strafverfolgungszwecken (mit einigen Ausnahmen wie z. B. bestimmten Opfern oder vermissten Kindern, Täterinnen und Täter bestimmter Straftaten etc.)

**Abgrenzung KI-System und KI-Modelle**

Des Weiteren muss zwischen „KI-Systemen“ und „KI-Modellen“ unterschieden werden. Nicht alle KI-Modelle fallen unter den AI Act, sondern nur die sogenannten GPAI-Modelle. Diese Modelle sind zwar Teil eines KI-Systems, bilden aber allein kein vollständiges System. Erst durch das Einbinden weiterer Elemente, wie zum Beispiel einer Nutzungsschnittstelle, wird aus einem GPAI-Modell ein KI-System mit allgemeinem Verwendungszweck.

## AI Act: Risikostufen für KI-Systeme

Nicht alle KI-Systeme fallen in den regulierten Bereich - je höher das Risiko, desto strikter die Regeln

<b>Inakzeptables Risiko</b> (verboten)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verboten, weil sie im Widerspruch zu den Werten der EU stehen</li> <li>• z. B. KI-Systeme, die das menschliche Verhalten manipulieren oder Schwächen ausnutzen oder auch "Social Scoring" und "Predictive Policing"</li> </ul>
<b>Hohes Risiko</b> (Konformitätsbewertung)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anforderungen an Inverkehrbringen bzw. Inbetriebnahme</li> <li>• KI-Systeme in bestimmten Produkten und Bereichen (Anhang I &amp; III)</li> <li>• z. B. Spielzeug, Zivilluftfahrt, Biometrie, kritische Infrastruktur</li> </ul>
<b>Begrenztes Risiko</b> (Transparenzverpflichtung)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risikomanagement durch Transparenzmaßnahmen</li> <li>• z. B. Chatbots oder KI-Systeme zur Erstellung von Text, Audio, Bild oder Video</li> </ul>
<b>Minimales bzw. kein Risiko</b> (keine spezifischen Verpflichtungen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle anderen KI-Systeme</li> <li>• z. B. Videospiele, Spam-Filter</li> <li>• Freiwillige Verhaltenskodizes</li> </ul>

KI-Servicestelle

ki.rtr.at



KI-Systeme werden entsprechend ihrem Risikopotential nach inakzeptablem, hohem, begrenztem und minimalem/keinem Risiko kategorisiert © RTR (CC BY 4.0)

## AI Act: Risikostufen für KI-Modelle

Nicht alle KI-Modelle fallen in den regulierten Bereich - je höher das Risiko, desto strikter die Regeln

<b>Systemisches Risiko</b> (weitergehende Pflichten)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• General-Purpose-AI-Modelle, die Fähigkeiten mit hohem Wirkungsgrad besitzen</li> <li>• Kriterien gemäß Anhang XIII wie z. B. Größe des Datensatzes, Endnutzerzahl, FLOPs etc.</li> <li>• Anbieter-Maßnahmen zur Ermittlung, Bewertung und Minderung von Systemrisiken</li> </ul>
<b>GPAI-Modelle</b> (spezifische Anforderungen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle anderen GPAI-Modelle</li> <li>• Anbieter unterliegen Informations- und Dokumentationspflichten</li> </ul>
<b>Sonstige KI-Modelle</b> (keine spezifischen Verpflichtungen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betroffene KI-Modelle sind nicht vom AI Act erfasst</li> <li>• Von ihnen ist kein Risiko anzunehmen, wodurch sie keine Verpflichtungen auferlegt bekommen</li> </ul>

KI-Servicestelle

ki.rtr.at



KI-Modelle werden entsprechend der Höhe des Risikos reguliert, das von ihnen ausgeht. © RTR (CC BY 4.0)

## 2.4 Strafen und Sanktionen

Um die Einhaltung der Vorgaben des AI Act zu gewährleisten, stehen Verwarungen, Geldbußen sowie andere Sanktionen als Mittel zur Verfügung. Bei schweren Verstößen werden Strafen von bis zu 35 Millionen Euro oder sieben Prozent des weltweiten Umsatzes des Vorjahres verhängt. Auch bei Verstößen gegen die Vorschriften für Hochrisiko-KI-Systeme sowie deren Anbietenden oder Betreibenden drohen empfindliche Strafen – bis zu 15 Millionen Euro oder drei Prozent des Umsatzes. Ebenso ziehen falsche oder irreführende Angaben gegenüber den zuständigen Behörden erhebliche finanzielle Folgen nach sich, mit Bußgeldern von bis zu 7,5 Millionen Euro. Selbst die Organe der EU sind vor diesen Vorschriften nicht gefeit und müssen bei Regelbrüchen mit Strafen von bis zu 1,5 Millionen Euro rechnen.

Die Zuständigkeit für die Verhängung solcher Strafen hängt von der jeweiligen Aufsichtsbehörde ab. In den meisten Fällen übernehmen nationale Behörden diese Rolle. Bei Anbietenden von KI-Modellen mit allgemeinem Verwendungszweck liegt die Zuständigkeit jedoch bei der EU-Kommission. Vor der Festsetzung einer Strafe werden verschiedene Faktoren berücksichtigt: Wie schwer war der Verstoß? Wie viele Menschen sind betroffen, und welchen Schaden haben sie erlitten? Auch die Größe des Betriebs, seine Marktstellung und mögliche frühere Verfehlungen spielen eine Rolle. Bei EU-Organen gelten besondere Regeln – hier zählt jedes Detail und wird im AI Act genau festgelegt.

### Behörden und Verfahren

Jedem Mitgliedstaat obliegt es, eine oder mehrere zuständige nationale Behörde zu bestimmen, die das Land im Europäischen Ausschuss für künstliche Intelligenz vertreten. In Österreich ist hierbei die [KI-Servicestelle der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH](#) (kurz RTR) zu nennen. Weiters richtet die EU-Kommission ein Europäisches KI-Büro ein, das KI-Modelle mit allgemeinem Verwendungszweck überwacht. Auf EU-Ebene sieht der AI Act folgende vier Behördenstellen und Einrichtungen vor:

- ▶ [Europäisches Büro für Künstliche Intelligenz \(„AI Office“\)](#);
- ▶ [Europäischer Ausschuss für künstliche Intelligenz \(„AI Board“\)](#);
- ▶ [Beratungsforum \(„Advisory Forum“\)](#)
- ▶ [Wissenschaftliches Gremium aus unabhängigen Sachverständigen \(„Scientific Panel“\)](#).

---

# Relevanz für die Wiener Kreativbranche

## 3.1 Transparenz und Kennzeichnung

Der AI Act verlangt von den Mitgliedern der Fachgruppe für Werbung und Marktkommunikation, die KI-Systeme entwickeln, bereitstellen oder nutzen, dass sie transparent darstellen, wie diese KI-Systeme funktionieren. Das beinhaltet die Bereitstellung von Informationen über die Logik, die Bedeutung und die Auswirkungen der KI-Entscheidungen – besonders bei Anwendungen, die direkten Einfluss auf Verbrauchende haben.

Fachgruppenmitglieder müssen den Einsatz von KI gegenüber Nutzungsgruppen, wie Kundinnen und Kunden, transparent kommunizieren. In diesem Fall sind Sie dazu verpflichtet, ihre KI-Anwendungen und deren Funktionsweise offenzulegen – das betrifft speziell automatisierte Sprachausgaben und Texte. Auch bei KI-generierten Inhalten wie Bildern, Videos oder Audioinhalten ist eine deutliche Kennzeichnung unerlässlich. Sie vermeidet Missverständnisse und stellt sicher, dass die Nutzenden immer wissen, ob sie mit einem echten Menschen oder einer Maschine interagieren. Grundsätzlich wird sich die Kennzeichnungspflicht als ein essenzieller Punkt in der Arbeit der Fachgruppenmitglieder erweisen. Außerdem sollen die von der KI-generierten Inhalte von Menschen überprüft werden. Dadurch wird sichergestellt, dass die Inhalte korrekt und qualitativ hochwertig sind.

Auch bei Chatbots oder Deepfakes muss für die Nutzungsgruppen klar erkennbar sein, dass es sich um KI handelt. Auf keinen Fall darf der Eindruck entstehen, dass ein menschliches Gegenüber am anderen Ende ist. Besonders kritisch sind hier Deepfakes, da die täuschend echten Inhalte missbräuchlich verwendet werden können. Der AI Act fordert eine klare Kennzeichnung dieser Inhalte, um Missverständnisse und Täuschungen vorzubeugen. Kreativschaffende sehen sich hier also nicht nur mit rechtlichen Hürden konfrontiert, sondern müssen zugleich auch ethische Aspekte berücksichtigen.

Betriebe aus der Wiener Kreativbranche, die mit KI arbeiten, sind angehalten, interne Richtlinien zu entwickeln. Dadurch stellen sie sicher, dass alle gesetzlichen und ethischen Standards eingehalten werden. Dies umfasst die Schulung von Mitarbeitenden im Umgang mit KI, die Etablierung von Transparenzpflichten sowie die Nutzung technischer Lösungen wie Watermarking (=digitales Wasserzeichen), um KI-generierte Inhalte korrekt zu kennzeichnen.

---

### **Beispielkennzeichnung/ -disclaimer:**

„Wir setzen bei unseren Produkten und Dienstleistungen auch Anwendungen aus dem Bereich der Künstlichen Intelligenz (KI) ein. Dazu zählen unter anderem Grafikgeneratoren wie (z.B. Midjourney), Übersetzungswerkzeuge wie (z.B. DeepL), Programme wie (z.B. Happy Scribe) zur Transkription von Audio- und Videodateien sowie Chatbots wie (z.B. ChatGPT) zur Unterstützung bei Vorschlägen und Ideenfindung. KI-Technologien werden in unserer Arbeit ausschließlich unterstützend genutzt und ersetzen nicht zentrale ... Fähigkeiten wie das ... . Die endgültige Entscheidung über die Verbreitung von Inhalten, die mit KI-Hilfe erstellt wurden, liegt immer bei uns / einem Menschen.“

### **Beispiel für kurze Kennzeichnung/ kurzen Disclaimer:**

„Inhalte sind mit oder durch Künstliche Intelligenz generiert worden. Teils oder vollständig KI-generierte Inhalte werden mit „KI-Generiert“ gekennzeichnet.“

### **Praktische Tipps:**

- ▶ Legen Sie klare interne Richtlinien für den Umgang mit KI fest.
- ▶ Kommunizieren Sie den Einsatz von KI gegenüber Ihrer Kundschaft offen.
- ▶ Lassen Sie KI-generierte Inhalte stets von Menschen überprüfen.
- ▶ Kennzeichnen Sie deutlich KI-generierte Inhalte.
- ▶ Achten Sie darauf, dass erkennbar ist, wenn KI im Einsatz ist.

## **3.2 Datenschutz**

Beim Einsatz von KI-Systemen müssen Sie besonders den Datenschutz im Blick behalten. Personenbezogene Daten wie Name, Geschlecht, Adresse, Geburtsdatum, Kaufverhalten etc. werden oft in großem Umfang verarbeitet und unterliegen immer den Vorgaben der EU Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und des österreichischen Datenschutzgesetzes (DSG). Das gilt auch für personenbezogene Daten und Trainingsdaten, die eine KI-Anwendung sammelt: Diese Daten müssen ebenso gemäß der DSGVO geschützt werden. Sie müssen sicher und vertraulich behandelt werden, um die Privatsphäre der Nutzenden zu wahren. Besonders wichtig sind die Grundsätze der Datenminimierung und Zweckbindung, um nur das Nötigste zu speichern und Daten nur für den Zweck zu verwenden, für den sie zulässigerweise erhoben worden sind. Transparenz nimmt in diesem Punkt ebenso eine wichtige Rolle ein – denn im Umgang mit Daten baut sie Vertrauen auf. Währenddessen ziehen Verstöße gegen den Datenschutz empfindliche Bußgelder nach sich.

### **Praktische Tipps:**

- ▶ Achten Sie beim Einsatz von KI-Systemen besonders auf den Datenschutz.
- ▶ Verarbeiten Sie personenbezogene Daten gemäß den Vorgaben der DSGVO.

- ▶ Wenden Sie die Grundsätze der Datenminimierung und Zweckbindung an, um nur notwendige Daten zu speichern und zu verarbeiten.
- ▶ Seien Sie transparent im Umgang mit Daten, um das Vertrauen der Nutzenden zu stärken.
- ▶ Schulung der Mitarbeitenden bezüglich Datenschutzbestimmungen.
- ▶ Holen Sie die Einwilligung der Betroffenen ein, sofern Sie keine gesetzliche Grundlage für die Zulässigkeit der Datenverarbeitung haben.

### 3.3 Geheimhaltung / vertrauliche Informationen der Kundschaft

Bei vielen kostenlosen Open Source-KI-Tools ist nicht geklärt, zu welchen Zwecken eingegebene Informationen verwendet werden. Oft behalten sich die Anbietenden dieser KI-Funktionen vor, diese Daten zum weiteren Training ihrer Systeme verwenden zu dürfen. Daher dürfen vertrauliche Informationen über den eigenen Betrieb oder über Dritte in KI-Anwendungen nicht verwendet werden. Dies betrifft in erster Linie Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse, aber auch personenbezogene Daten Dritter.

KI-Anwendungen, die lokal gehostet werden, bieten diesbezüglich mehr Sicherheit und verhindern, dass eingegebene Daten außerhalb einsehbar werden. Viele KI-Programme bieten auch kostenpflichtige Lizenzen oder Abonnements an – diese ermöglichen detailliertere Einstellungsmöglichkeiten, was die Nutzung der eingegebenen Daten betrifft. Dennoch ist auch hierbei Vorsicht geboten.

Auch Kundinnen und Kunden müssen vor dem Einsatz von KI-Anwendungen informiert werden und ihr Einverständnis für die Datenverarbeitung geben, wenn keine gesetzliche Grundlage zur Datenverwendung besteht. Nichtsdestotrotz ist es empfehlenswert, vertrauliche Informationen über Dritte oder den eigenen Betrieb nicht in KI-Anwendungen einzupflegen; so wird auch Geheimhaltung gewahrt.

#### **Praktische Tipps:**

- ▶ Definieren Sie klare Regeln für den Umgang mit Kundschafts- und Betriebsinformationen in KI-Systemen.
- ▶ Informieren Sie Kundinnen und Kunden vor dem Einsatz von KI-Anwendungen über deren Beitrag und holen Sie deren Einverständnis zur Datenverarbeitung ein.
- ▶ Vermeiden Sie das Einpflegen vertraulicher Informationen über Dritte oder den Betrieb in KI-Anwendungen.

## 3.4 Urheberrecht

KI-generierte Werke genießen grundsätzlich keinen urheberrechtlichen Schutz. Das bedeutet: Die Eingabe eines Prompts in ein KI-System reicht nicht aus, um Urheberrechte am Output geltend zu machen. Somit betreffen Urheberrechte nur Ergebnisse menschlicher Kreativität (eigentümliche geistige Schöpfungen). Wenn Sie für eine Kampagne ein KI-generiertes Bild verwenden, so muss der menschliche Beitrag erheblich sein – nur dann haben Sie Chancen auf Urheberrechte.

Die rechtlichen Herausforderungen werden noch komplexer, wenn KI-Inhalte reale Personen darstellen oder imitieren. In solchen Fällen können Persönlichkeitsrechte verletzt werden – vor allem, wenn die Zustimmung der abgebildeten Personen fehlt. Ein Beispiel: Wenn ein KI-generiertes Bild einer realen Person ohne deren Erlaubnis verwendet wird, kann dies zu rechtlichen Auseinandersetzungen führen. Die Rechte am eigenen Bild sind entscheidend. Bei der Verwendung von KI-Inhalten müssen diese immer im Blick behalten werden, um rechtliche Probleme zu vermeiden.

Zusätzlich zu den Urheber- und Persönlichkeitsrechten müssen Nutzende auch die Nutzungsbedingungen der KI-Systeme beachten. Selbst wenn die generierten Inhalte urheberrechtlich unbedenklich sind – es können dennoch Einschränkungen in den Lizenzbedingungen bestehen. Daher ist es wichtig, diese Bedingungen zu kennen und einzuhalten.

### Praktische Tipps:

- ▶ Merken Sie sich, dass KI-generierte Werke keinen urheberrechtlichen Schutz genießen.
- ▶ Stellen Sie sicher, dass der menschliche Beitrag signifikant ist, um Urheberrechte geltend zu machen.
- ▶ Vermeiden Sie die Verwendung von KI-Inhalten, die reale Personen ohne deren Zustimmung darstellen.
- ▶ Holen Sie die Erlaubnis ein, bevor Sie KI-generierte Bilder oder Inhalte von echten Personen nutzen.
- ▶ Prüfen Sie die Nutzungsbedingungen des KI-Anbieters auf mögliche Einschränkungen.
- ▶ Informieren Sie sich über die rechtlichen Rahmenbedingungen der KI-Nutzung.

## 3.5 Ethik, Manipulation und Diskriminierung

KI-Systeme lernen aus Datensätzen, die oft menschliche Vorurteile widerspiegeln – das führt dazu, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen von Angeboten ausgeschlossen oder unfair behandelt werden. Deshalb ist der ethisch korrekte Einsatz von KI unverzichtbar, um Vertrauen zu schaffen und Diskriminierung

zu verhindern – besonders, wenn voreingenommene Daten die Systeme beeinflussen. Solche algorithmischen Verzerrungen führen zu Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, Alter, Herkunft oder anderen Merkmalen. Mitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, die KI einsetzen, müssen daher dafür sorgen, dass sie nicht nur geltendes Recht einhalten, sondern auch ethische Richtlinien aufstellen. Ein interner Ethikkodex hilft, das Risiko von Diskriminierung zu minimieren und das Vertrauen der Öffentlichkeit in KI-Lösungen zu stärken.

Außerdem ist es entscheidend, dass KI-generierte Inhalte stets auf Faktentreue geprüft werden – falsche oder ungenaue Informationen gefährden das Vertrauen der Zielgruppen. Der bewusste Umgang mit sensiblen Daten, besonders von Kundinnen und Kunden, ist ein Muss: Datenschutzverletzungen müssen vermieden werden. Ebenso spielt Bias-Awareness eine zentrale Rolle, da KI leicht bestehende Vorurteile verstärkt. Sie müssen daher stets alternative Quellen heranziehen und kritisch hinterfragen.

#### **Praktische Tipps:**

- ▶ Setzen Sie KI ethisch korrekt ein, um Vertrauen aufzubauen.
- ▶ Achten Sie darauf, dass KI-Systeme nicht auf voreingenommenen Daten basieren, um Diskriminierung zu vermeiden.
- ▶ Entwickeln Sie einen internen Ethikkodex, um das Risiko von Diskriminierung bei der Nutzung von KI zu minimieren.
- ▶ Überprüfen Sie KI-generierte Inhalte immer auf ihre Faktentreue, um das Vertrauen der Zielgruppe zu bewahren.
- ▶ Gehen Sie bewusst und datenschutzfreundlich mit sensiblen Daten Ihrer Kundschaft um.
- ▶ Seien Sie sich der Gefahr von Bias bewusst – nutzen Sie alternative Quellen und hinterfragen Sie die Ergebnisse kritisch.

### **3.6 Haftungen und Lizenzen**

Darüber hinaus bringt der Einsatz von KI auch Haftungsfragen mit sich. Wenn KI-generierte Inhalte Fehler enthalten, ist oft unklar, wer haftet. Wenn jedoch ein Schaden entsteht, weil Mitarbeitende fahrlässig handeln oder die KI-Richtlinien nicht einhalten, wird die Geschäftsführung beziehungsweise das Unternehmen zur Verantwortung gezogen. Der AI Act sieht zudem spezielle Verpflichtungen für Hersteller und Betreibende von KI-Systemen vor, die sicherstellen, dass diese Systeme sicher und gesetzeskonform funktionieren. Dazu gehören auch Vorgaben im Umgang mit personenbezogenen Daten, die bei der Erstellung oder dem Training von KI-Modellen genutzt werden, um Datenschutzverstöße zu vermeiden.

Es wird empfohlen, dass Mitglieder der Fachgruppe ihre Verträge und Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) überprüfen, um die Nutzung von KI-Anwendungen rechtlich abzusichern und klare Haftungsregeln festzulegen. Eine enge rechtliche Beratung ist besonders wichtig, um Risiken durch Urheberrechtsverletzungen, Datenschutzprobleme oder unzulässige Nutzung von KI-generierten Inhalten zu minimieren. Zudem müssen auch Maßnahmen für Persönlichkeitsrechte und Schutz von sensiblen Firmendaten vorgenommen werden.

Da in Österreich nur eine natürliche Person urheberrechtlich schützbares Werke schaffen kann, ist eine KI selbst niemals Rechtsinhaber. Allerdings ist der Input oder weiterverarbeitete Content urheberrechtlich geschützt. Daher ist bei der Verwendung von veröffentlichten Inhalten immer Vorsicht geboten. Um zu vermeiden, dass es hier zu rechtlichen Problemen kommt, werden von der Wirtschaftskammer Österreich (WKO) folgende Empfehlungen ausgesprochen:

- ▶ Es muss im Einklang mit betriebsinternen Richtlinien gehandelt werden.
- ▶ Mitarbeitende müssen über alle notwendigen Berechtigungen sowie Lizenzvereinbarungen für die Verwertung der Inhalte verfügen.
- ▶ Alle rechtlichen Vereinbarungen müssen eingehalten werden.

#### **Praktische Tipps:**

- ▶ Prüfen Sie regelmäßig Ihre Verträge und AGB, um Haftungsregeln für den Einsatz von KI-Funktionen festzulegen.
- ▶ Klären Sie Haftungsfragen im Vorfeld, falls KI-generierte Inhalte Fehler oder Schäden verursachen.
- ▶ Sorgen Sie dafür, dass Ihre Mitarbeitenden die internen KI-Richtlinien und rechtlichen Vorgaben genau einhalten.
- ▶ Achten Sie darauf, dass alle verwendeten Inhalte urheberrechtlich geschützt sind und Berechtigungen vorliegen.
- ▶ Lassen Sie sich rechtlich beraten, um Risiken durch Datenschutz- oder Urheberrechtsverletzungen zu minimieren.
- ▶ Vermeiden Sie den Einsatz sensibler Firmendaten in KI-Systemen, um Datenschutzprobleme zu verhindern.
- ▶ Sie müssen sicherstellen, dass alle Beteiligten in der gesamten Lieferketten eingeschult sind und über entsprechende Kenntnisse verfügen.

# Betroffene Geschäftsfelder und Leistungen

## 4.1 Personalisierte Werbung

Künstliche Intelligenz verändert das Marketing rasant – vor allem im Bereich der personalisierten Werbung. KI wird genutzt, um Inhalte maßgeschneidert an Kundinnen und Kunden auszuspielen. Der EU AI Act setzt dabei jedoch neue Maßstäbe: Transparenz wird zur Pflicht. Nutzende müssen darüber informiert werden, wenn KI zur Personalisierung eingesetzt wird, und ihnen muss die Kontrolle darüber ermöglicht werden. Beispielsweise im E-Mail-Marketing müssen Empfängerinnen und Empfänger informiert werden, dass KI im Einsatz ist, um optimale Sendezeiten festzulegen.

Doch es gibt klare Grenzen: Der AI Act verbietet personalisierte Werbung, die Schwachstellen ausnutzt – etwa, wenn eine Person in einem geschwächten mentalen Zustand gezielt angesprochen wird. Auch manipulative Werbemethoden, die unbewusst Einfluss nehmen, sind nicht zulässig. Besonders kritisch wird es, wenn Emotionserkennung ins Spiel kommt. Diese Hochrisikolanwendung nutzt biometrische Daten, um Mimik oder Gestik auszuwerten und Werbung darauf anzupassen – hier ist äußerste Vorsicht geboten.

Fachgruppenmitglieder, die KI einsetzen, stehen vor strengen Vorgaben. Als „Betreibende“ dieser Systeme müssen sie offenlegen, wenn Emotionserkennung oder KI-generierte Inhalte verwendet werden. Mitarbeitende müssen im Umgang mit diesen Technologien geschult und die Datenverarbeitung überprüft werden. Besonders sensibel ist der Einsatz von biometrischen Daten – hier ist in den meisten Fällen eine ausdrückliche Einwilligung der Kundinnen und Kunden nötig, um rechtliche Verstöße zu vermeiden. Der Umgang mit personenbezogenen Daten ist ebenso heikel: Informationen über sexuelle Orientierung, ethnische Herkunft oder religiöse Ansichten dürfen nur mit klarer Zustimmung der Betroffenen genutzt werden.

### Praktische Tipps:

- ▶ Informieren Sie Ihre Kundschaft transparent darüber, wenn KI für personalisierte Werbung genutzt wird.
- ▶ Achten Sie darauf, dass personalisierte Werbung keine Schwachstellen wie geistige Erschöpfung ausnutzt.

- ▶ Vermeiden Sie manipulative Werbetechniken, die unbewusst auf Entscheidungen einwirken.
- ▶ Schulen Sie Ihre Mitarbeitenden im sicheren Umgang mit KI-Systemen und Emotionserkennung.
- ▶ Stellen Sie sicher, dass biometrische & personenbezogene Daten nur mit Zustimmung der Betroffenen verwendet werden.
- ▶ Überprüfen Sie regelmäßig Ihre Datenverarbeitung, um DSGVO-Verstöße zu vermeiden.

## 4.2 Zielgruppenansprache

KI-gestützte Zielgruppenansprache wird immer wichtiger, um personalisierte Werbebotschaften zu erstellen und vermitteln. Die Ansprache basiert dabei auf der Analyse großer Datenmengen und der Nutzung von Algorithmen. Doch genau hier greift der AI Act ein: Er reguliert, wie solche KI-Systeme eingesetzt werden – besonders wenn sie Grundrechte wie Privatsphäre und Entscheidungsfreiheit betreffen. Da die Zielgruppenansprache oft auf der Analyse personenbezogener Daten basiert, kann es als „hochriskanter“ Anwendungsbereich eingestuft werden – was striktere Vorgaben für Transparenz und den Datenschutz nach sich zieht.

Deshalb müssen die Mitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation nun noch klarer aufzeigen, wie sie KI-Systeme anwenden: Warum und wie werden Daten genutzt? Wie beeinflussen Algorithmen das Verhalten der Nutzenden? Zudem müssen sie sicherstellen, dass keine demografische Gruppe benachteiligt wird. Wenn die Zielgruppenansprache als hochriskant gilt, erfordert es strengere Überwachung – was Kosten und Entwicklungszeiten erhöht. Gleichzeitig müssen die Systeme so gestaltet sein, dass sie die DSGVO einhalten und nur die minimal notwendigen Daten verwenden.

### **Praktische Tipps:**

- ▶ Kommunizieren Sie klar, wie und warum Nutzungsdaten für die Zielgruppenansprache verwendet werden.
- ▶ Verwenden Sie nur die minimal erforderlichen Daten, um die Privatsphäre zu schützen.
- ▶ Überprüfen Sie regelmäßig, ob Ihre Systeme Transparenz- und Datenschutzvorgaben einhalten.
- ▶ Planen Sie zusätzliche Kosten und Zeit ein, wenn intensivere Überwachungen Ihrer KI-Systeme notwendig werden.

---

## 4.3 Automatisierte Interaktion mit Personen (Chatbots)

Ein Chatbot gestaltet die Kommunikation mit Nutzenden effizienter, da er menschliche Gespräche simuliert und häufig für Interaktionen mit Kundinnen und Kunden eingesetzt wird. Viele moderne Chatbots nutzen KI und Natural Language Processing (NLP), um Anfragen besser zu verstehen und individuell zu antworten – so entsteht eine natürliche User Experience. Doch der AI Act stuft Chatbots als „begrenzt Risiko“ ein, solange sie nicht missbräuchlich verwendet werden. Deshalb ist es wichtig, dass Sie den Nutzenden klar kommunizieren, dass sie sich mit einem Chatbot austauschen. Außerdem muss ihnen die Möglichkeit gegeben werden, diese Interaktion jederzeit abubrechen.

Transparenz und Datenschutz sind entscheidend, wenn Sie KI-basierte Chatbots in Ihrem Betrieb einsetzen. Um den Vorgaben des AI Act sowie der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) zu entsprechen, müssen personenbezogene Daten sicher verarbeitet und Vorfälle gemeldet werden. Zudem müssen Sie sicherstellen, dass Ihr Team über ausreichend KI-Kompetenz verfügt, um Fehlfunktionen zu vermeiden und einen ethischen Umgang mit den Daten zu garantieren. So verhindern Sie Täuschung und wahren das Vertrauen Ihrer Nutzenden.

### Praktische Tipps:

- ▶ Informieren Sie klar darüber, dass mit einem Chatbot kommuniziert wird.
- ▶ Geben Sie den Nutzenden die Möglichkeit, Chatbot-Interaktionen jederzeit abubrechen.
- ▶ Achten Sie darauf, dass Ihre Chatbots sicher und datenschutzkonform arbeiten, um die DSGVO einzuhalten.
- ▶ Verarbeiten Sie nur die notwendigen personenbezogenen Daten und schützen Sie diese vor Missbrauch.
- ▶ Dokumentieren und beheben Sie Vorfälle und Fehlfunktionen, um die Sicherheit und den reibungslosen Betrieb der Chatbots zu gewährleisten.
- ▶ Schulen Sie Ihr Team, um ein ausreichendes Maß an KI-Kompetenz sicherzustellen.

## 4.4 Content-Erstellung (Text, Audio, Bild & Video)

Viele Betriebe der Wiener Kreativbranche verwenden bereits KI-Systeme zur Erstellung von Inhalten. Generative KI-Systeme ermöglichen es, automatisch hochwertige Texte, Audioinhalte, Bilder und Videos zu generieren, die individuell auf Zielgruppen zugeschnitten sind. Zeitaufwendige Prozesse werden automatisiert und personalisierte Inhalte im großen Umfang bereitgestellt – von Werbetexten über Podcast-Skripte bis hin zu visuellen Kampagnen.

---

Jene generativen Systeme werden vom AI Act als „begrenztes Risiko“ kategorisiert. Daher gilt für diese automatisch die Transparenz-Verpflichtung: Werden die generierten oder KI-adaptierten Inhalte geteilt, müssen sie als solche ausdrücklich gekennzeichnet werden. Seitens der Betreibenden ist zusätzlich dazu ein Maß an KI-Kompetenz erforderlich. Das bedeutet, das eingesetzte Personal und andere mit KI-Systemen betraute Personen müssen über eine ausreichende KI-Kompetenz verfügen.

**Praktische Tipps:**

- ▶ Kennzeichnen Sie alle von KI generierten oder adaptierten Inhalte klar als solche.
- ▶ Stellen Sie sicher, dass alle Mitarbeitenden, die mit KI-Systemen arbeiten, über ausreichende KI-Kompetenz verfügen.
- ▶ Halten Sie sich an die Transparenz-Verpflichtung des AI Act, um Vertrauen zu schaffen.

## 4.5 Monitoring und Analyse-Instrumente

Für Unternehmen der Wiener Kreativbranche bietet KI im Monitoring und der Analyse die Möglichkeit, nicht nur Prozesse zu automatisieren, sondern auch wichtige Daten in Echtzeit auszuwerten. Dadurch passen sie ihre Strategien an, minimieren Risiken und arbeiten insgesamt effizienter. In Social Media beispielsweise hilft KI, das Engagement zu überwachen und Stimmungen oder Trends in Echtzeit zu analysieren, um gezielte Marketingentscheidungen zu treffen.

Der AI Act sieht strengere Anforderungen für solche Systeme vor, wie etwa eine Erklärung der Algorithmen und Kontrollen zur Transparenz. Das betrifft auch Monitoring-Systeme, wenn sie personenbezogene Daten analysieren, da hier der Datenschutz eine zentrale Rolle spielt.

Im Bereich Social-Media-Monitoring, wo KI Stimmungen und Trends analysiert, gilt Ähnliches: Sobald große Mengen personenbezogener Daten verarbeitet werden, greift der AI Act. Hier verlangen die Richtlinien eine klare Einhaltung von Datenschutz- und Transparenzrichtlinien. Sie müssen dann sicherstellen, dass Ihre Systeme den gesetzlichen Anforderungen entsprechen und ethische Risiken wie Diskriminierung und Überwachung vermieden werden.

**Praktische Tipps:**

- ▶ Stellen Sie sicher, dass die Algorithmen Ihrer KI-Systeme transparent sind und den Anforderungen des AI Act entsprechen.
- ▶ Achten Sie auf die Einhaltung der Datenschutzrichtlinien bei der Verarbeitung personenbezogener Daten durch Monitoring-Systeme.
- ▶ Erfüllen Sie die gesetzlichen Vorgaben, um ethische Risiken wie Diskriminierung und Überwachung zu vermeiden.

---

# Tipps und Best Practices für den rechtssicheren Umgang mit KI

## 5.1 Bestandsaufnahme von KI-Anwendungen, die bereits zum Einsatz kommen

KI optimiert Prozesse wie Strategie- und Kampagnenplanung, Content-Erstellung und Datenanalyse in der Werbe- und Kommunikationsbranche. Sie unterstützt die Entwicklung von Marketingstrategien und automatisiert die Produktion von Inhalten für Social Media und Websites. Zu den am häufigsten eingesetzten Tools gehören ChatGPT, Canva, Adobe Firefly, Midjourney und weitere.

Aber auch in Bereichen wie der personalisierten Werbung, automatisiertem Kundensupport durch Chatbots, Marktanalysen, sowie der Überwachung und Anpassung von Kampagnen werden KI-Anwendungen bereits eingesetzt. Zukünftige Entwicklungen umfassen menschenähnliche Chatbots, personalisierte Content-Empfehlungen und den Einsatz von Augmented und Virtual Reality. Der zunehmende Einsatz von KI macht Werbemaßnahmen durch Automatisierung und Datenanalyse noch relevanter und effizienter.

Um zu beurteilen, ob im eigenen Betrieb alle KI-Systeme rechtskonform verwendet werden, beziehungsweise wo Nachholbedarf besteht, müssen Mitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation in einem ersten Schritt evaluieren, welche KI-Anwendungen und -Systeme bereits zum Einsatz kommen.

**Dazu sind folgende Fragen hilfreich:**

- ▶ Werden aktuell oder in nächster Zukunft KI-basierte Funktionen (z.B. ChatGPT, Midjourney etc.) im eigenen Betrieb verwendet?
  - ▶ Gibt es eine KI-Strategie im Unternehmen und welche Funktionen müssen KI-Systeme darin übernehmen?
  - ▶ Besteht im Unternehmen bereits eine interne Governance-Regelung für KI (z.B. KI-Guidelines) und orientiert sich diese an den Vorgaben des EU AI Act?
  - ▶ Gibt es eine Übersicht über die vorhandenen KI-Systeme im Unternehmen?
-

- ▶ Arbeitet das Unternehmen selbst an der Herstellung eines Programms, welches Künstliche Intelligenz einsetzt? Beziehungsweise hat das Unternehmen bereits ein KI-basiertes Tool auf den Markt gebracht?
- ▶ Bestehen Zweifel, dass Mitarbeitende beziehungsweise Teammitglieder ausreichend im Umgang und Anwendung von KI geschult sind?

## 5.2 Erstellung von KI-Guidelines für Mitarbeitende

Es ist sinnvoll, entsprechende KI-Guidelines für ein Unternehmen zu definieren. Damit werden nicht nur die Mitarbeitenden in ihrer Arbeit unterstützt, indem sie sich an Rahmenbedingungen orientieren, sondern auch sensible Unternehmensdaten geschützt. Denn “Dos and Don’ts” werden durch den Leitfaden klar aufgezeigt.

Zur Unterstützung der Unternehmen hat die Wirtschaftskammer Österreich einen Leitfaden entwickelt. Dieser gibt Orientierung im Umgang mit KI, schafft klare Rahmenbedingungen und hilft, KI optimal zu integrieren. Die Guidelines geben auch Hinweise zur Identifikation von Risiken und Schutzmaßnahmen, um das Vertrauen in Unternehmen zu fördern.

Betriebe können [hier](#) individuelle Guidelines für ihre Mitarbeitenden erstellen.

## 5.3 Schulungen und Sensibilisierungsmaßnahmen für Mitarbeitende

Nach Artikel vier der KI-Verordnung der EU sind Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber dazu verpflichtet, sicherzustellen, dass Mitarbeitende, die mit KI-Systemen arbeiten, über ausreichende KI-Kompetenz verfügen, unabhängig vom Risikograd des Systems. Dies umfasst sowohl Anbietende als auch Betreibende von KI-Systemen, auch wenn diese nicht selbst Entwickelnde der Systeme sind. Zu den KI-Kompetenzen gehören sowohl theoretische Kenntnisse über KI als auch praktisches Anwendungswissen. Aber auch ein Bewusstsein für Chancen, Risiken und rechtliche Anforderungen wird vorausgesetzt.

Mitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation müssen Schulungen anbieten, die auf den individuellen Kenntnisstand der Mitarbeitenden abgestimmt sind. Eine Bestandsaufnahme der vorhandenen Kompetenzen ist ein erster Schritt, gefolgt von Schulungen und Verhaltensregeln für den sicheren Umgang mit KI. Auch ein Verhaltenskodex beziehungsweise Leitfaden zum Umgang mit KI hilft, klare Richtlinien zu schaffen und Rechtsverstöße zu vermeiden. Eine frühzeitige Schulung ist ratsam, um auf die Anforderungen der Verordnung vorbereitet zu sein.

## 5.4 Monitoring und kontinuierliche Anpassung an neue gesetzliche Vorgaben

Das KI-Gesetz ist am 1. August in Kraft getreten. Es wird in zwei Jahren vollständig anwendbar sein, wobei für die einzelnen Regelungen gestaffelte Übergangsfristen gelten. Die Verbote treten nach sechs Monaten in Kraft, die Governance-Regeln nach zwölf Monaten und die Vorschriften für den Einsatz von KI-Systemen in regulierten Produkten nach 36 Monaten. Um die Anpassung an den neuen Rechtsrahmen zu erleichtern, hat die EU-Kommission den KI-Pakt ins Leben gerufen: Eine freiwillige Initiative, die KI-Entwickelnde ermutigt, wesentliche Anforderungen des Gesetzes vorzeitig umzusetzen.

Organisationen, die Interesse am KI-Pakt bekundet haben, wurden von der Europäischen Kommission zu einem Workshop in Brüssel am 25. September eingeladen, um die Verpflichtungen zu diskutieren und Rückmeldungen zu einem erweiterten Entwurf zu geben. Unternehmen, die bereits interne Richtlinien für den vertrauenswürdigen Einsatz von KI entwickelt haben, konnten diese mit der AI Act-Community teilen und testen.

## 5.5 Welche Berufsgruppen in der Werbewirtschaft sind wie betroffen?

Gewerbeschein	Auswirkungen EU AI Act
<b>Adressverlage und Direktmarketingunternehmen</b>	Datenschutz und Transparenz bei der Nutzung von AI-Tools für personalisierte Direktmarketingkampagnen
<b>Ankündigungsunternehmen</b>	Datenschutz und Transparenz beim Einsatz von AI zur Optimierung von Ankündigungen und Zielgruppenauswahl
<b>Beratung über Politik</b>	Datenschutz und Transparenz bei der Nutzung von AI für politische Analysen und Beratung
<b>Eventagentur</b>	Datenschutz und Transparenz beim Einsatz von AI für Eventplanung und -management (z.B. Teilnehmeranalyse)
<b>Kommunikationsberater</b>	Datenschutz und Transparenz bei der Nutzung von Analyse-Tools  Urheberrechte, Transparenz und Manipulationsvorbeugung bei der Erstellung von automatisierten Inhalten.

Gewerbeschein	Auswirkungen EU AI Act
<b>Kommunikationsdesigner</b>	Urheberrechte, Transparenz und Manipulationsvorbeugung bei AI-gestützten Design-Tools
<b>Markenstrategie</b>	Datenschutz und Transparenz beim Einsatz von AI zur Markenentwicklung
<b>Markt- und Meinungsforscher</b>	Datenschutz und Transparenz beim Einsatz von AI-gestützten Analyse-Tools, insbesondere bei der Verarbeitung von personenbezogenen Daten
<b>Online-Agentur</b>	Datenschutz und Transparenz beim Einsatz von AI für Online-Marketing und Content-Erstellung
<b>PR-Agentur</b>	Datenschutz und Transparenz beim Einsatz von AI-Tools für PR-Analysen und Manipulationsvorbeugung bei automatisierter Pressearbeit
<b>Texter/Konzepter</b>	Urheberrechte und Transparenz bei AI-generierten Texten
<b>Werbeagentur</b>	Datenschutz und Transparenz bei AI-gestützten Werbestrategien und -kampagnen, insbesondere im Bereich der Zielgruppenanalyse.
<b>Werbearchitekt</b>	Urheberrechte und Ethik beim Einsatz von AI-Tools für die Planung und Gestaltung von Werberäumen
<b>Werbemittelverteiler</b>	Datenschutz und Transparenz bei AI-gesteuerten Verteilstrategien, z.B. bei der Auswahl von Zielgruppen.

---

# Ressourcen und weiterführende Informationen

## 6.1 Quellen

[Agentur Circle](#)  
[Analytics Agentur LinkedIn](#)  
[Anwaltskanzlei Vischer](#)  
[Binder Grösswang Rechtsanwälte](#)  
[Botfriends.de](#)  
[BRZ: EU AI Act](#)  
[Bundeskanzleramt](#)  
[CMM360.ch](#)  
[Creative Region](#)  
[Czernich Rechtsanwälte](#)  
[Datenschutzexperte.de](#)  
[DigitalAustria: AI Act](#)  
[DigitaleSeniorinnen.at](#)  
[DORDA Rechtsanwälte](#)  
[EU AI Act](#)  
[EU Artificial Intelligence Act](#)  
[EUR-Lex](#)  
[Europäische Kommission: KI-Gesetz](#)  
[European Commission: What is the AI Act?](#)  
[GetResponse](#)  
[Horizont.at](#)  
[IBM](#)  
[Kanzlei CMS Hasche Sigle](#)  
[KI-Serviceestelle RTR](#)  
[Magenta](#)  
[OMR.com](#)  
[PR-Ethik-Rat](#)  
[Retresco](#)  
[Statistik Austria](#)  
[Trinitec](#)

---

[WKO: AI Act](#)

[WKO: KI im Marketing](#)

[WKO: KI-Guidelines für KMU](#)

[WKO: KI-Guidelines für KMU](#)

[WKO: Rechtliche Rahmenbedingungen für KI](#)

### **Impressum:**

Medieninhaber: Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien, Wirtschaftskammer Wien

Straße der Wiener Wirtschaft 1, 1020 Wien

T: +43 1 514 50-3790 | F: +43 1 514 50-3796

E: [WerbungWien@wkw.at](mailto:WerbungWien@wkw.at) | W: <https://werbungwien.at>

Beratung, Konzept, Redaktion: The Skills Group | Team Farner, [www.skills.at](http://www.skills.at)

Gestaltung: All Channels Communication Austria | Team Farner, [www.all-channels.at](http://www.all-channels.at)

Titelbild: Shutterstock.com

1. Auflage, Stand November 2024

---