

**DRPR-Verfahren:** 04a/2024

**Beschwerdeausschuss:** Politik

**Fall:** AfD Deepfake

Geschäftsstelle des Deutschen Rates für Public Relations e.V.  
Prof. Dr. Elke Kronewald  
c/o GPRA e.V. (HGHI GmbH)  
Bachstr. 12  
10555 Berlin  
Tel.: 030 4055 9938  
E-Mail: info@drpr-online.de  
www.drpr-online.de

*Berlin, 20.08.2024*

## **Zur Sachlage:**

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR), das Organ der freiwilligen Selbstkontrolle des PR-Berufsfeldes, hat entschieden, sich mit einer Beschwerde über den Einsatz von KI auf den Social Media-Kanälen der Partei Alternative für Deutschland (AfD), Kreisverband Göppingen, zu beschäftigen. Es liegt aus Sicht des Rates der Verdacht nahe, dass bei verschiedenen Posts via Instagram und Facebook Personen inklusive Personenfotos zum Einsatz kamen, die so nicht existieren und deren Porträtfotos KI-generiert, jedoch nicht entsprechend gekennzeichnet sind.

## **Quellen:**

- SWR aktuell/Martin Rottach (21.03.2024): „KI: AfD Göppingen wirbt mit einem Fake-Gesicht“ (URL: <https://www.swr.de/swraktuell/baden-wuerttemberg/stuttgart/afd-deepfakes-wahlkampf-100.html>)
- Hannoversche Allgemeine Zeitung/Felix Huesmann (02.04.2024): „AfD macht mit KI-Bildern Stimmung“

Hiermit würde gegen die Grundsätze von Transparenz bzw. Kennzeichnung sowie Wahrhaftigkeit verstoßen (siehe „Transparenz“ und „Wahrhaftigkeit“ im Deutschen Kommunikationskodex sowie Punkte 1 und 2 der DRPR-Richtlinie zum Einsatz von KI in der PR).

Im Zuge der Prüfung hat der DRPR gemäß seiner Beschwerdeordnung den Beteiligten die Möglichkeit angeboten, den Sachverhalt aus ihrer

getragen von  
DPRG GPRA BdKom

**Vorsitzende**  
Prof. Dr. Elke Kronewald

**Stellv. Vorsitzender**  
Axel Wallrabenstein

**Mitglieder**  
Sebastian Ackermann  
Prof. Dr. Günter Bentele  
Anne Dreyer  
Prof. Dr. Alexander Güttler  
Bärbel Hestert-Vecoli  
Magnus Hüttenberend  
Dr. Juliane Kiesenbauer  
Uwe A. Kohrs  
Prof. Dr. Felix Krebber  
Regine Kreitz  
Timo Krupp  
Veit Mathauer  
Prof. Dr. Lars Rademacher  
Dr. Ulf Santjer  
Susan Saß  
Prof. Dr. Annika Schach  
Stefan Watzinger

Perspektive zu erläutern. Trotz mehrfacher Bitte um Stellungnahme zu dem Vorgang hat die AfD, Kreisverband Göppingen, die eingeräumten Fristen verstreichen lassen und nicht reagiert.

## **Beschluss:**

Der DRPR spricht eine Rüge gegen die AfD, Kreisverband Göppingen, aufgrund mangelnder Transparenz und Kennzeichnung über den Einsatz von KI und Verstößen gegen die Wahrhaftigkeit in der Kommunikation aus.

## **Begründung:**

Nach Meinung des Rates handelt es sich um eine bewusst gesetzte Täuschung der Öffentlichkeit durch die AfD, Kreisverband Göppingen, um die Meinung von Wähler:innen zu manipulieren bzw. zu ihren Gunsten zu beeinflussen, also eine sogenannte Irreführung.

In einem Facebook-Post des AfD-Ortsverbands Unteres Filstal vom 8. Februar 2024, der zum Kreisverband Göppingen gehört, wird nach Recherchen der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung (HAZ, 2. April 2024: „AfD macht mit KI-Bildern Stimmung“) unter dem Slogan „Gesicht zeigen!“ ein Mann namens Tobias Mayer aus der Gemeinde Bad Boll gezeigt, hinter dem unscharf eine Landschaft mit Windrädern abgebildet ist. Dieser wird wie folgt zitiert: „Weil die Verspargelung der Landschaft überhand nimmt, bin ich AfD-Mitglied geworden.“. Nach Recherchen der HAZ existiert dieser Mann jedoch gar nicht, das Foto wurde mit Hilfe von KI generiert.

In einem weiteren Beitrag vom SWR vom 21. März 2024 („KI: AfD Göppingen wirbt mit einem Fake-Gesicht“) wird beschrieben, dass die AfD mit dem Gesicht einer Frau wirbt, die es so gar nicht gibt. Eine blonde Frau mit Dokortitel, die in einem Post auf Instagram (bzw.

Facebook) als Dr. Stefanie Müller bezeichnet wird, erkläre darin, warum sie Mitglied der AfD geworden sei. Das geschulte Auge erkenne, so der Artikel, dass mit dem Bild dieser Stefanie Müller etwas nicht stimmen könne. Eigene Recherchen bestätigen diese Vermutung (siehe Screenshot im Anhang).

Beide Posts auf Facebook und Instagram belegen nach Meinung des Rates klare Regelverstöße gegen die im Deutschen Kommunikationskodex sowie der KI-Richtlinie hinterlegten Grundsätze von Transparenz, Kennzeichnung und Wahrhaftigkeit der dargestellten Inhalte.

## **Normative Grundlagen:**

### ***Deutscher Kommunikationskodex***

#### Transparenz

Public Relations-Professionals vertreten Organisationen und Personen und sind insofern Partei. Sie legitimieren sich dabei nicht nur durch Berufung auf die durch Artikel 5 GG garantierte Meinungsfreiheit, sondern kommunikativ auch durch eine explizite Absendertransparenz, die es den angesprochenen Öffentlichkeiten ermöglicht, Informationen einzuordnen und abzuwägen. Das Vorgehen in speziellen Bereichen ist in detaillierteren DRPR-Richtlinien (DRPR-Richtlinie zur Online-PR; DRPR-Richtlinie zur Kontaktpflege im politischen Raum) beschrieben.

(1) PR- und Kommunikationsfachleute sorgen dafür, dass der Absender ihrer Botschaften klar erkennbar ist. Sie machen ihre Arbeit offen und transparent, soweit dies die rechtlichen Bestimmungen und die Verschwiegenheitsverpflichtungen gegenüber den jeweiligen Arbeits- oder Auftraggebern zulassen.

(2) PR- und Kommunikationsfachleute respektieren die Trennung redaktioneller und werblicher Inhalte und betreiben keine Schleichwerbung. Näheres regelt die DRPR-Richtlinie zur Schleichwerbung.

## Wahrhaftigkeit

PR- und Kommunikationsfachleute verbreiten keine falschen und irreführenden Informationen. Sie missbrauchen das Vertrauen angesprochener Öffentlichkeiten nicht. Üble Nachrede oder das ungeprüfte Weiterverbreiten von Gerüchten sind nicht tolerierbar. PR- und Kommunikationsfachleute täuschen keine Relevanz durch Missbrauch etablierter und klar definierter Kommunikationsinstrumente vor. Für die besonders hohen Informationsanforderungen im Bereich Adhoc-Publizität gilt die DRPR Richtlinie zur ordnungsmäßigen Ad-hoc-Publizität.

(9) PR- und Kommunikationsfachleute sind der Wahrhaftigkeit verpflichtet, verbreiten wissentlich keine falschen oder irreführenden Informationen oder ungeprüfte Gerüchte.

## ***DRPR-Richtlinie zum Einsatz von KI in der PR***

### 1. Transparenz / Kennzeichnung

Eine Kennzeichnung ist für PR- und Kommunikationsfachleute immer dann verpflichtend, wenn

- KI-generierter Content ungeprüft erstellt und veröffentlicht wird (z.B. KI-basierte Übersetzung von Content).
- bei Rezipient:innen der Eindruck entstehen kann, dass es sich hier um die Wiedergabe bzw. Abbildung von Realität handelt (z.B. KI-

generierte Bilder, auch wenn diese manuell nachbearbeitet wurden).

In diesen Fällen müssen PR- und Kommunikationsfachleute den Einsatz von KI offen, transparent und für den Laien eindeutig erkennbar kennzeichnen, damit Adressat:innen von PR-Aktivitäten dies zweifelsfrei erkennen können.

Die Kennzeichnungspflicht gilt auch für Agenturen, Redaktionsbüros, Freelancer:innen, semiprofessionelle Anbieter:innen sowie Privatpersonen, die medienähnliche Plattformen anbieten (Influencer:innen).

## 2. Wahrhaftigkeit

Das im Deutschen Kommunikationskodex verankerte Prinzip der Richtigkeit und Wahrhaftigkeit gilt auch für die Arbeit mit KI-Tools; daher muss ungeprüfter KI-generierter Content auch gekennzeichnet werden (siehe I.).

Die KI-basierte Erstellung und Verbreitung von Fake-News und sogenannten „Deep Fakes“ zu Manipulationszwecken ist unstatthaft.

Darüber hinaus ist es nicht zulässig, Relevanz durch KI-generierte Interaktionen oder Kommentare sowie den Missbrauch von KI-basierten Verbreitungstools („Bots“) vorzutäuschen.

## Anhang

<https://www.facebook.com/AfDKreisverbandGP/>

**AfD Kreisverband Göppingen**

Beiträge Info Videos Mehr ▾

Gefällt mir Kommentieren Senden Teilen

**AfD Kreisverband Göppingen** 23. März ·

Ich werde AfD Mitglied.  
Der Hass, die undifferenzierte Zuschreibung von unbewiesenen Vorgängen lassen mich erschauern. Andersdenkende werden ausgegrenzt. Das sind Anzeichen von Faschismus.

*Dr. Stefanie Müller, Göppingen*

245 64 Kommentare 33 Mal geteilt

Gefällt mir Kommentieren Senden Teilen

**AfD Kreisverband Göppingen** 22. März ·