

DRPR-Richtlinie zum Einsatz von KI in der PR

Präambel

Die zunehmende Integration von Künstlicher Intelligenz (KI) in Kommunikationsprozesse verändert die PR-Branche grundlegend und ermöglicht Effizienzsteigerungen: KI unterstützt nicht nur bei der Text- und Bildgenerierung, sondern auch bei Analyse, Strategie, Planung, Distribution sowie Evaluation und verzahnt diese Bereiche.

Kommunikator: innen müssen bei der Anwendung von KI entlang der PR-Wertschöpfungskette die gesetzlichen Grundlagen beachten und einhalten (z. B. KI-Verordnung, Datenschutzgrundverordnung, Marken- und Urheberrechte). Der Deutsche Rat für Public Relation (DRPR) empfiehlt, die KI-VO (EU AI Act) frühzeitig umzusetzen. Die Risikoklassifizierung der KI-VO gilt auch für PR und Kommunikation.

In Ergänzung zu vorhandenen rechtlichen Regelungen und Kommunikationskodizes konkretisiert der DRPR seine KI-Richtlinie, insbesondere im Hinblick auf Content-Generierung und -Bearbeitung, um im PR-Alltag Orientierung zu bieten. Die Richtlinie versteht sich als berufsethische und strategische Leitplanke, die PR-Schaffenden dabei hilft, KI systematisch, reflektiert und verantwortungsvoll entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu integrieren. Dabei sieht der DRPR KI nicht ausschließlich unter dem Aspekt möglicher Risiken, sondern insbesondere auch als Instrument, das bei verantwortungsvollem Einsatz positive gesellschaftliche und kommunikative Wirkungen entfalten kann.

Der DRPR empfiehlt Unternehmen, Agenturen und Institutionen, die Grundsätze der DRPR-KI-Richtlinie in eigene Leitlinien zu überführen – im Dialog mit Jurist:innen, Datenschutzbeauftragten und Kommunikationsstrateg:innen und diese Leitlinien zugänglich und transparent auf den eigenen Kanälen zu veröffentlichen.

Die DRPR-Richtlinie zum Einsatz von KI in der PR befasst sich mit folgenden Punkten:

- Transparenz und Kennzeichnung von KI-generiertem Content
- Verantwortung und menschliche Aufsicht beim Einsatz von KI
- Gemeinsame Verantwortung von Auftraggebenden und Agenturen/Dienstleistenden
- AI Literacy zur Sicherstellung von KI-Kompetenzen/Aus- und Weiterbildung

I. Transparenz und Kennzeichnung

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

- a. ungeprüft erstellt und veröffentlicht wird (z. B. KI-basierte Simultan-Übersetzung einer Rede, ungeprüfter KI-generierter Social-Media-Post, ungeprüfte KI-Übersetzung einer Pressemitteilung),
- b. bei Rezipient:innen den Eindruck erwecken kann, dass es sich um die Wiedergabe bzw. Abbildung von Realität handelt (z. B. KI-generierte Bilder/Videos/Audios, auch wenn diese manuell nachbearbeitet wurden, oder menschlich erstellte Bilder/Videos/Audios, die durch KI bewusst verändert bzw. manipuliert 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. Digitale Kennzeichnungen (z. B. Wasserzeichen), die vom menschlichen Auge nicht direkt erfasst werden können, sind nicht ausreichend und müssen um eine eindeutig erkennbare Kennzeichnung ergänzt werden.

Über diese Regelung hinaus steht es jeder Organisation frei, in ihrer Kommunikationsarbeit jeglichen Einsatz von KI transparent zu kennzeichnen.

II. Verantwortung und menschliche Aufsicht

Für Auswahl und Einsatz von KI sowie die Distribution von KI-generierten Inhalten sind weiterhin die jeweilige Organisation und ihre Akteure verantwortlich. Diese Verantwortlichkeit umfasst im Einzelnen:

II.1 Wahrhaftigkeit

Das im Deutschen Kommunikationskodex verankerte Prinzip der Richtigkeit und Wahrhaftigkeit gilt auch für die Arbeit mit KI-Tools. KI-generierter Content sollte diesbezüglich menschlich überprüft und kontrolliert werden, da die veröffentlichende Organisation/Person die Verantwortung für diese Inhalte trägt. Ungeprüfter KI-generierter Content muss daher gekennzeichnet werden (siehe I.).

Die KI-basierte Erstellung und Verbreitung von Fake-News und sogenannten „Deep Fakes“ zur Manipulation von Stakeholdern oder zu anderen unlauteren Zwecken ist unstatthaft. Sollte realitätsnaher KI-

Content mit Zustimmung der dargestellten Akteure erstellt werden, so sind diese als KI-generiert zu kennzeichnen (z. B. Video von CEO-Rede in einer Sprache, die der CEO nicht beherrscht; siehe I b).

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

II.2 Vermeidung von Diskriminierung und Bias

Bei der Veröffentlichung von KI-generierten Inhalten ist sicherzustellen, dass dadurch keine diskriminierenden Muster verstärkt werden.

II.3 Diskursive Fairness

KI darf nicht verwendet werden, um systematisch gegnerische Meinungen zu diskreditieren oder diskursive Räume zu manipulieren.

II.4 Vermeidung automatisierter Kommunikation

Der vollautomatisierte Einsatz von KI, bspw. zur Ableitung ganzer Kommunikationsstrategien oder durch die Implementierung autonomer KI-Agenten, ist kritisch zu prüfen. Strategie bleibt eine menschliche Denkleistung mit ethischer Verantwortung. Dies gilt insbesondere für das Feld der Krisenkommunikation.

II.5 Toolauswahl

Wer PR-Tools mit KI-Funktionalitäten nutzt (z. B. zur Medienanalyse, Stakeholder-Mapping, Textadaption), muss kritisch reflektieren, wie diese funktionieren und welche Informationen dem KI-Output zugrunde liegen.

III. Gemeinsame Verantwortung von Auftraggebenden und Agenturen/Dienstleistenden

Alle in der KI-Richtlinie genannten Regelungen gelten für Agenturen, Redaktionsbüros, Freelancer:innen, semiprofessionelle Anbieter:innen sowie Privatpersonen, die medienähnliche Plattformen anbieten (Influencer:innen).

Beauftragen Unternehmen oder andere Organisationen Agenturen oder Einzelpersonen mit der Durchführung von PR-Maßnahmen, so gelten die Regelungen der KI-Richtlinie sowohl für Auftraggeber:in als auch für Auftragnehmer:in. Beide Seiten tragen hier gleichermaßen Verantwortung.

Agenturen oder Plattformen, die KI- generierte Inhalte für den Einsatz in PR und Kommunikation zur Verfügung stellen, müssen ihre Kund:innen explizit auf die Beachtung von KI-Richtlinien hinweisen.

IV. AI Literacy/Aus- und Weiterbildung

Die KI-Kompetenz entlang des PR-Prozesses muss zwingend gesichert werden. Kommunikator:innen sind im Umgang mit allen alltäglich genutzten KI-Tools (z. B. für Medienanalyse, KPI-Definition, Research) in einer Weise zu schulen, die einen verantwortungsvollen und reflektierten Umgang mit KI gemäß dieser KI-Richtlinie ermöglicht. In Aus- und Weiterbildung sind die Grundsätze der KI-Richtlinie zu vermitteln.

Stand: 07.10.2025