

PRESSEINFORMATION

DRPR veröffentlicht überarbeitete KI-Richtlinie: Kennzeichnung ist kein Freibrief

Berlin, 17.09.2026

Welche Verantwortung tragen Unternehmen und Agenturen, wenn künstliche Intelligenz Inhalte erstellt, öffentliche Debatten beeinflusst oder Kommunikationsaufgaben selbstständig übernimmt? Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) konkretisiert mit der dritten Fassung seiner KI-Richtlinie die berufsethischen Anforderungen an den KI-Einsatz. Eine zentrale Aussage: Auch gekennzeichnete KI-Inhalte können unzulässig sein und Transparenz über die Entstehung eines Inhalts entbindet nicht von der Verantwortung für seine Wirkung. „Wer Unsinn publiziert, kann sich auch künftig nicht damit rausreden, das sei ja als KI-generiert gekennzeichnet“, konkretisiert der neue DRPR Vorsitzende Prof. Alexander Güttler.

Das betrifft insbesondere Inhalte, deren kommunikative Wirkung wesentlich auf einer Irreführung über reale Personen, Ereignisse oder Sachverhalte beruht. Sie sind nach der Richtlinie auch dann unzulässig, wenn sie ausdrücklich als KI-generiert gekennzeichnet werden. Für den Einsatz synthetischer Medien, die identifizierbare reale Personen darstellen oder deren Stimme, Erscheinungsbild oder Verhalten simulieren, ist grundsätzlich deren Zustimmung erforderlich.

Diskursive Fairness statt Fake-Resonanz

Ein weiterer Schwerpunkt ist die diskursive Fairness. KI darf nicht eingesetzt werden, um öffentliche Zustimmung, Ablehnung oder gesellschaftliche Relevanz vorzutäuschen. Die Richtlinie nennt dafür unter anderem Fake-Accounts, fingierte Kommentare, Bewertungen und künstlich erzeugte Interaktionen. Für Kampagnen und Community-Management zieht der DRPR damit eine klare Grenze: Automatisierung darf nicht dazu dienen, den Eindruck einer öffentlichen Resonanz zu erzeugen, die tatsächlich nicht besteht.

"Eine KI-Kennzeichnung beantwortet die Frage, wie ein Inhalt entstanden ist. Sie beantwortet noch nicht, ob sein Einsatz verantwortbar ist. Für professionelle Kommunikation ist entscheidend, ob sie Menschen informiert oder gezielt in die Irre führt. Das gilt für ein synthetisches Video ebenso wie für künstlich erzeugte Zustimmung", sagt der stellvertretende DRPR-Vorsitzende Stefan Watzinger.

Abschaltmechanismen für autonome KI-Systeme

Auch den Einsatz autonomer KI-Systeme greift die Richtlinie auf. KI kann strategische Analysen, Szenarien und Entscheidungsprozesse unterstützen. Die Verantwortung für strategische Entscheidungen und ihre kommunikativen, gesellschaftlichen und ethischen Folgen verbleibt jedoch bei Menschen. Das gilt insbesondere für die Krisenkommunikation. Umfang und Intensität menschlicher Kontrolle sollen sich am Risiko des jeweiligen Einsatzes orientieren. Wo eine Prüfung vor Veröffentlichung technisch nicht möglich ist, etwa bei Echtzeit-Systemen, sind Transparenz sowie geeignete Kontroll-, Eskalations- und Abschaltmechanismen erforderlich.

Die Richtlinie versteht KI als Instrument, das bei verantwortungsvollem Einsatz positive gesellschaftliche und kommunikative Wirkungen entfalten kann. Sie ergänzt den europäischen Rechtsrahmen um berufsethische Standards für die Kommunikationspraxis. Der DRPR empfiehlt Unternehmen, Agenturen und Institutionen, diese gemeinsam mit Rechts- und Datenschutzexpert:innen in eigene, öffentlich zugängliche Leitlinien zu überführen und die erforderlichen KI-Kompetenzen durch Schulungen zu sichern. Auftraggebende und Dienstleistende tragen dabei gleichermaßen Verantwortung.

Die vollständige Richtlinie steht auf der Webseite des Rates unter: [DRPR-Richtlinie zum Einsatz von KI in der PR - DRPR - Deutscher Rat für Public Relations](#) zum Download zu Verfügung.

KONTAKT

Geschäftsstelle des Deutschen Rates
für Public Relations e. V.

c/o GPRA e. V.
Pariser Str. 47
10719 Berlin

Tel.: +49 (0)30-4055 9938
E-Mail: info@drpr-online.de
www.drpr-online.de

Vorsitzender: Prof. Dr. Alexander Güttler
Stellv.: Stefan Watzinger

getragen von
DPRG GPRA BdKom

Trägerverein des Deutschen
Rates für Public Relations
GPRA e. V.
Pariser Str. 47
10719 Berlin

Vereinsregister Berlin
VR 31817 B

Über den DRPR

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) ist das Organ der freiwilligen Selbstkontrolle für das Berufsfeld Public Relations. Der Rat wird rechtlich und ideell von der Deutschen Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG), dem Bundesverband der Kommunikatoren e.V. (BdKom) und der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) im Trägerverein des Deutschen Rates für Public Relations e. V. getragen.

Die Ratsmitglieder sind unabhängige Branchenexpert:innen aus Unternehmen, Verbänden, Agenturen und anderen Organisationen. Sie handeln allein ihrem Gewissen verpflichtet sowie in Verantwortung gegenüber dem gesamten Berufsfeld.

Der DRPR beobachtet das Berufsfeld kritisch, entwickelt kommunikative Normen und benennt auf dieser Grundlage Fehlverhalten in der öffentlichen Kommunikation. Er wird entweder auf Basis von eingereichten Beschwerden oder in Eigeninitiative tätig (z. B. aufgrund von Medienberichten). Mahnungen und Rügen sind wohlbegründete, im Rat mehrheitlich abgestimmte Meinungsäußerungen und nicht mit Gerichtsurteilen gleichzusetzen.

Seit dem 1. Januar 2026 ist der Deutsche Rat für Public Relations e. V. offiziell als gemeinnütziger Verein anerkannt. Ein besonderes Anliegen des DRPR ist es, Kodizes und Richtlinien frühzeitig als festen Bestandteil beruflicher Qualifikation zu vermitteln. Deshalb engagiert er sich aktiv in der Aus- und Weiterbildung.