# Rechtliche Grundlage für das Semesterprojekt „Digital Influencer“

In diesem Dokument werden die wichtigsten gesetzlichen Grundlagen für die Erstellung und Nutzung eines KI Influencers bzw. einer KI Influencerin dargelegt. Dabei ist es essenziell zu unterscheiden, welche Aspekte allgemein für Influencer\*innen gelten und welche speziell für KI Influencer\*innen beachtet werden müssen. Zusätzlich sind die jeweiligen Nutzungsbedingungen der unterschiedlichen Social-Media-Plattformen relevant.

## Allgemeine gesetzliche Grundlage für Influencer\*innen

1. **Wettbewerbsrecht und Werbekennzeichnung:**  
   In Deutschland müssen kommerzielle Inhalte klar als Werbung gekennzeichnet sein, um Verbraucher\*in nicht zu täuschen. Diese Pflicht gilt auch für Beiträge von Influencer\*innen.
2. **Urheberrecht:**  
   Bei der Verwendung von Bildern, Musik oder Videos durch eines KI-Influencers bzw. einer KI Influencerin muss sichergestellt werden, dass keine Urheberrechte verletzt werden. Die Nutzung urheberrechtlich geschützten Materials ohne entsprechende Lizenz kann zu Abmahnungen und Schadensersatzforderungen führen. Zudem ist zu beachten, dass KI generierte Inhalte in der Regel nicht urheberrechtlich geschützt sind.
3. **Markenrecht:**  
   Es ist darauf zu achten, keine fremden Marken oder geschützten Kennzeichen ohne vorherige Zustimmung zu verwenden – etwa in Hashtags oder Produktplatzierungen. Eine missbräuchliche Nutzung kann markenrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.
4. **Persönlichkeitsrechte:**  
   Eine KI Influencerin bzw. ein KI Influencer darf keine realen Personen ohne deren ausdrückliche Einwilligung abbilden oder imitieren. Andernfalls kann dies das Recht am eigenen Bild sowie weitere Persönlichkeitsrechte verletzen.
5. **Datenschutz:**  
   Werden personenbezogene Daten erhoben oder verarbeitet, beispielsweise von Follower\*innen, sind die Regelungen der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) zu beachten. Dazu zählen transparente Informationen zur Datenverarbeitung sowie gegebenenfalls die Einholung einer Einwilligung.
6. **Steuerliche Aspekte:**  
   Potenzielle Einnahmen, die durch den KI Influencer bzw. die KI Influencerin erzielt werden, unterliegen der Einkommensteuer. Wird eine bestimmte Umsatzgrenze überschritten, kann zusätzlich Umsatzsteuerpflicht entstehen.

## Richtlinien von Social-Media-Plattformen

Je nach Social-Media-Plattform sind die Nutzungsbedingungen unterschiedlich und diese sollten in den allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) nochmal genauer dargelegt sein. Allgemein gelten jedoch für verschiedene KI generierte Inhalte ähnliche Richtlinien über die verschiedenen Social-Media-Plattformen hinweg, die eingehalten werden müssen.

Für die meisten Social-Media-Plattformen gelten die Richtlinien, dass man nicht konkret dazu verpflichtet ist, KI generierte Inhalte als solche zu kennzeichnen. Allerdings spielen die Themen Täuschung und Manipulation eine große Rolle bei den Plattformen. Den realistisch wirkende KI Inhalte, die unterschiedliche Nutzer\*innen täuschen können oder manipulative Absichten haben, werden von den Plattformen aktiv verboten. Es ist dadurch empfehlenswert, die späteren KI Inhalte auch mit bestimmten Labels und Kennzeichnungen auszustatten, damit es keine Verstöße gegen die Richtlinien gibt. Zu diesen Social-Media-Plattformen gehören die Plattformen TikTok, Instagramm, Facebook, Snapchat und X, ehemals Twitter. Diese Plattformen legen einen großen Wert auf Authentizität und Transparenz.

Es gibt aber auch Social-Media-Plattformen, die es verpflichten, KI generierte Inhalte mit Labels zu kennzeichnen. YouTube ist wohl die bekannteste Social-Media-Plattform, die das umsetzt.

Um es allgemein zusammen zu fassen ist es am sinnvollsten, wenn man direkt für KI generierte Inhalte bestimmte Kennzeichnungen hinzufügt. Das können zum Beispiel Labels, Hashtags oder Hinweise als Kommentare. Auf gewissen Plattformen gibt es auch bereits Tools zur automatischen Erkennung und Markierung von solchen Inhalten, die das ganze einfacher gestalten.

## Quellen

<https://www.bundestag.de/resource/blob/865286/058b22468edcda6510a72d02cbbb74b1/wortprotokoll.pdf>

<https://www.ra-himburg-berlin.de/social-media/faq/1589-werbung,-ki,-bilder,-hashtags-was-influencer-wissen-sollten.html>

<https://www.ra-himburg-berlin.de/social-media.html>

<https://newsroom.tiktok.com/de-de/neue-hinweise-zur-kennzeichnung-von-ki-generierten-inhalten>

<https://www.anwalt.de/rechtstipps/muessen-ki-generierte-inhalte-gekennzeichnet-werden-234363.html>