



DIGITAL Die neue Generation an KI-Tools weckt die Anwendungsfantasie. Ursula Feindor-Schmidt, Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht, beleuchtet Nutzungsszenarien in Verlagen und was dabei rechtlich zu beachten ist.

Was Sie wissen sollten, bevor Sie KI-Tools nutzen

Seit den jüngsten Veröffentlichungen von kostenfreien, für jedermann zugänglichen Anwendungen, die mit Künstlicher Intelligenz (KI) arbeiten, vergeht kein Tag, an dem nicht über diese neue Technologie und deren Möglichkeiten berichtet wird. Fachwelt und Medien sind sich einig, dass es sich hierbei um einen nächsten großen Schritt der Technologieentwicklung handelt, vergleichbar mit der allgemeinen Zugänglichkeit des Internets oder der Einführung des iPhones.

Die derzeit im Zentrum der Aufmerksamkeit stehenden generativen KI-Anwendungen wie DALL-E 2, Midjourney, Stable Diffusion und ChatGPT erstellen in Sekundenschnelle Texte, Bilder und Audiomaterial. Und die Ergebnisse sind teilweise

kaum mehr unterscheidbar von Werken, die von einem Menschen erstellt wurden.

KI-Strategie für Verlage

Für Verlage und andere Medienunternehmen eröffnen sich durch diese neuen Technologien vielfältige Möglichkeiten, aber auch Risiken. „Es ist daher dazu zu raten, die Nutzung von KI verlagsintern nicht dem Zufall zu überlassen, sondern sich mit verschiedenen Anwendungsfällen auseinanderzusetzen und mitunter für Mitarbeiter:innen auch Leitlinien zur Nutzung festzulegen“, rät die Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht Dr. Ursula Feindor-Schmidt. In den folgenden Fallbeispielen analysiert sie Themenfelder, die beim Einsatz von KI gerade auch für Verlage hoch relevant sind.