

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE



Illustration: AdobeStock/fathie

## Künstliche Intelligenz – Teil 2

## Wie sag' ich es der KI?

Bei der Nutzung von KI-Bildgeneratoren kann es vorkommen, dass Rechte Dritter verletzt werden. Diese Gefahr lässt sich jedoch, wenn schon nicht bannen, so doch zumindest reduzieren. – von Tamara Moll und Reinhard Fischer

Auf der Suche nach guten Ideen nutzen immer mehr Unternehmen inzwischen die Möglichkeiten Künstlicher Intelligenz (KI) – und manche werben sogar damit: So hat Coca-Cola im Frühjahr 2023 eine Kampagne gestartet, bei der Kreative KI zur Erstellung von Werbemotiven nutzen sollten. Hierzu haben der KI-Anbieter Open AI und die Agentur Bain & Company für den US-Getränkeriesen eine eigene Plattform unter dem Titel *Create Real Magic* entwickelt. Die Siegerergebnisse des Wettbewerbs werden unter anderem am Times Square in New York präsentiert – ein prominentes Beispiel dafür, wie stark generative KI die Werbe- und Kreativbranche bereits erobert hat.

Gerade im Verpackungsbereich ist das Potential von KI-Bildgeneratoren (zum Beispiel Midjourney oder DALL-E-2) unter Umständen hoch und deren Nutzung nur allzu verführerisch. Auf ein paar Textbefehle hin (sogenannte Prompts) erhält man die passenden Bilder und Illustrationen. Nur: Wie steht es dabei mit Rechten Dritter? Könnten die Bilder, auf die die KI für ihre Ergebnisse zurückgreift, nicht beispielsweise dem urheberrechtlichen Schutz unterliegen? Und was gilt für Rechte an fremden Marken oder Texten, die womöglich im Bild enthalten sind?

Eine eindeutige Antwort fällt schwer. Schließlich bedient sich KI einer Datenmenge und auch vorhandener Bilder oder Bildausschnitte, deren Herkunft für den Nutzer nicht transparent ist. Die Suche nach der Quelle eines generierten Bildes dürfte daher in etwa so erfolgreich sein wie die nach der sprichwörtlichen Nadel im Heuhaufen. Das Risiko, dass bei der KI-Bildgenerierung Bilder geschaffen werden, die im Schutzbereich von Rechten Dritter liegen und zum Beispiel Urheberrechte betreffen, ist also durchaus gegeben. Aber immerhin: Es lässt sich minimieren.



Tamara Moll und Dr. Reinhard Fischer


Cohausz & Florack

Patent- und Rechtsanwälte

Düsseldorf

[www.cohausz-florack.de](http://www.cohausz-florack.de)

Ein Ansatz ist, dass man das durch KI generierte Bild lediglich als Vorschlag und Inspiration nutzt, um eigene kreative Prozesse anzustoßen. Die KI wird so zum mehr oder weniger hilfreichen Assistenten – eine Praxis, die sich in einigen Kreativagenturen bereits bewährt. Besondere Vorsicht gilt jedoch bei der Formulierung des jeweiligen Prompts: Wenn hierbei beispielsweise eine Nennung oder Bezugnahme auf ein konkretes geschütztes Werk erfolgt, dürfte das Risiko einer Urheberrechtsverletzung tendenziell größer sein. Gerade dann sollte das KI-Bild wirklich nur als Anregung dienen und im Laufe des eigenschöpferischen Prozesses deutlich abgeändert werden.

Grundsätzlich gilt: Wer Produkte und Verpackungen in den Markt bringt, muss vorher die Freiheit von Rechten Dritter prüfen. Das gilt auch beim Einsatz von KI. Und es zeigt sich, dass auch das sorgfältigste Vorgehen nicht davor schützt, dass Rechte Dritter unbewusst verletzt werden. In diesem Fall hilft leider auch nicht die Rechtfertigung, dass man auf die Bildgenerierung durch KI keinen Einfluss hatte. Wer aber auf die beschriebene Weise mit KI-Bildgeneratoren arbeitet, kann die Gefahr, dass er in die Rechte Dritter eingreift, wenn schon nicht bannen, so doch zumindest reduzieren. 

**Hinweis der Redaktion:** Nach *Erste allgemeine Verunsicherung in creativ verpacken* 8/2023 ist dies der zweite Artikel der insgesamt dreiteiligen Serie über Künstliche Intelligenz (KI) im Verpackungsbereich.