

# KI – Deus ex machina?

## Tagung zum Einsatz von KI in der Kirche

Die KI – Deus Ex Machina? So wird KI die Kirche verändern war das Thema der diesjährigen Studententagung *Kirche im Web*, die am 29. Februar und 1. März 2024 in der Katholischen Akademie in Bayern stattfand. Insgesamt 119 Medienverantwortliche aus der katholischen und evangelischen Kirche nahmen in Präsenz oder online an der Fachtagung teil, die von der Katholischen Akademie in Bayern in Kooperation mit verschiedenen Partnern vorbereitet und durchgeführt wurde. Künstliche Intelligenz (KI) wird auch in den kirchlichen Bereich Einzug erhalten

und so wurde diskutiert, wie KI genutzt werden kann und welche ethischen Implikationen dies hat. Nachfolgend lesen Sie das Kamingsgespräch, das Ariadne Klingbeil und Anina Veigel über KI in Gesellschaft, Kirche und Medien führten und dabei Chancen und Risiken thematisierten, sowie die Vorträge von Matthias Meitzler über KI im Umgang mit Tod, Trauer und Erinnerung und Prof. Dr. Holger Sievert zur Statistik von angewandter KI und Digitalisierung im ökumenischen Vergleich.

## Über KI und ihre Auswirkungen auf Gesellschaft, Kirche und Medien

### Zwei Medienschaaffende trafen sich zum Kamingsgespräch

Vor dem Hintergrund der Künstlichen Intelligenz als Herausforderung und Bereicherung – auch für die Kirchen – erfolgte ein Interview zum Thema der faszinierenden Welt der KI und ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft, Kirche und Medienbranche mit Anina Veigel, Geschäftsführerin der Landesvertretungen Bayern & NRW im MVFP Medienverband der freien Presse e. V. Das Interview wurde moderiert von Ariadne Klingbeil, Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP), Frankfurt a. M.

**Ariadne Klingbeil:** Beginnen wir direkt mit einem Thema, das die Welt im Jahr 2016 erschütterte – den Panama Papers. Könntest Du unseren Zuschauern erklären, wie die Panama Papers rund um Offshore-Finanztransaktionen in dieses Gespräch über KI passen?

**Anina Veigel:** Das ist eine großartige Ausgangsfrage. Die Panama Papers waren ein monumentales Ereignis, bei dem Millionen von Dokumenten durchgesickert sind und Details über Offshore-Konten und -Transaktionen von Politikern, Prominenten und Unternehmen auf der ganzen Welt ans Licht brachten. Nur dank Künstlicher Intelligenz konnten in kürzester Zeit 41 Millionen Dokumente unterschiedlicher Formate und Sprachen durchsucht und auf Deutschlandbezüge geprüft werden. Ohne KI hätte die Analyse der Daten womöglich Jahrzehnte gedauert. Dieses Ereignis war auch Katalysator für die Diskussion darüber, wie KI – in der Medienbranche, aber auch generell – eingesetzt werden kann,

um solche Enthüllungen zu erleichtern und zu vertiefen. Aber auch, welche Gefahren damit verbunden sind.

**Ariadne Klingbeil:** Stichwort Medien. Du arbeitest für den Medienverband der freien Presse. Was ist die Aufgabe des Verbands und auf welche Weise befasst Ihr Euch mit Künstlicher Intelligenz?

**Anina Veigel:** Der MVFP vertritt die Interessen von rund 350 Mitgliedsverlagen mit knapp 7.000 Zeitschriften- und Medienangeboten in Deutschland. Wir setzen uns für den Fortbestand der freien Presse, die Freiheit und



Die Tagungsreihe #KIW – Kirche im Web fand bereits zum fünfzehnten Mal statt. Die Katholische Akademie in Bayern veranstaltet die Tagung in Zusammenarbeit mit der Akademie Franz Hitze Haus in Münster.

Vielfalt der Meinungen und die Zukunft des marktwirtschaftlich finanzierten Journalismus ein – als Garant für die freiheitlich demokratische Grundordnung. Positionierung, Regulierung und Know-how-Transfer sind dabei die drei Kernbereiche, in denen wir aktiv sind.

Künstliche Intelligenz steht derzeit im Zentrum vieler unserer Aktivitäten. Verbandsintern bringen wir uns natürlich gegenseitig stark voran, jeder ist hier „alert“ und blickt auf das Thema KI mit der eigenen „Spezialistenbrille“. Zusammen mit unseren Mitgliedern organisieren wir uns beispielsweise in der AI Steering Group und dem AI Legal Committee und das gesamte Netzwerk im Verband erzeugt für uns alle Schwarmwissen über KI. Dieses gibt jedem Unternehmen die Entscheidungsgrundlage, in diesen Zeiten eine Position zu KI zu finden und positiv voranzugehen. Darüber hinaus bieten wir diverse Kurse und Seminare zu konkreten Anwendungsfeldern an der Akademie der Bayerischen Presse und an der MVFP Akademie an.

**Ariadne Klingbeil:** Bevor wir weiter in die Tiefe gehen, kannst Du uns zunächst erklären, wo wir heute in Bezug auf KI stehen?

**Anina Veigel:** Gerne. Künstliche Intelligenz bezieht sich ja auf die Fähigkeit von Maschinen oder Computern, menschenähnliche Denkprozesse zu imitieren und Aufgaben zu erledigen, die normalerweise menschliche Intelligenz erfordern würden. Mit dem sogenannten Turing-Test (nach Mathematiker Alan Turing, *KI-Manifest* 1950) stellt man fest, ob ein Computer ein Denkvermögen hat, das dem eines Menschen ebenbürtig ist – der Test entscheidet nicht absolut, es geht beim Test um die Wahrscheinlichkeit einer Enttarnung in einem bestimmten Zeitraum. Die derzeit kompetentesten Maschinen sind erstaunlich intelligent und

bestehen den Turing-Test. Es ist jedoch immer eine Frage, wer welche Fragen wie lange stellt, um eine Maschine zu enttarnen. Experten gelingt dies auch derzeit noch gut.

**Ariadne Klingbeil:** Wie gelingt denn eine solche Enttarnung?

**Anina Veigel:** Dazu habe ich kürzlich ein spannendes Interview mit Informatik-Professor Yoshua Bengio gelesen. Er beschrieb darin, dass Menschen zu Selbstzweifeln

fähig sind, sie können ihre Position in Frage stellen. Die KI wird wiederum immer wieder darauf bestehen, recht zu haben, auch wenn sie es nicht hat (Interview, Süddeutsche Zeitung, 28. Dezember 2023).

**Ariadne Klingbeil:** Damit sprichst Du das Thema „Halluzination“ an. Was bedeutet das, wie kann es vermieden werden und ist das die Achillesferse der KI?

**Anina Veigel:** Das ist ein interessanter Punkt. KI-Modelle können aufgrund ihrer komplexen Algorithmen und des Trainingsprozesses manchmal Informationen falsch

interpretieren oder unerwartete Verbindungen herstellen, die in der Realität nicht existieren. Diese Phänomene werden als „Halluzinationen“ bezeichnet. Es ist wichtig zu betonen, dass KI keine bewusste Intelligenz hat, sondern auf statistischen Mustern basiert. Mit jeder neuen Version von ChatGPT und Google Bard/ Gemini werden weitere Features eingesetzt, die das Halluzinieren vermindern sollen, vermeiden lässt es sich bisher nicht.

Ich habe die Thematik der Halluzination auch direkt mit ChatGPT diskutiert und ebenfalls die Aussage erhalten, dass Halluzinationen nur vermindert, aber nicht vermieden werden können – das ist jetzt ein spannendes Paradox. Was soll ich nun glauben? An dieser Stelle offenbart sich vielleicht auch am besten eine besondere Stärke und eine besondere Schwäche der aktuellen Anwendungen: Zur Erstellung von Sprache und Texten eignen sich die Systeme derzeit sehr gut, aber ob das Geschriebene wahr ist oder nicht, das muss weiterhin noch von einem Menschen geprüft werden.

**Ariadne Klingbeil:** OK. Dann fokussieren wir mal die Stärken. Welche Stärken haben die aktuellen KI-Anwendungen derzeit? Und wohin entwickeln sie sich noch?

**Anina Veigel:** Derzeit liegt die Stärke der KI im Erkennen von Korrelationen und Mustern und Erstellung von erwartbarem Output. Ein weiterer Meilenstein liegt dann im logischen Denken und der Fähigkeit, in komplett neuen Situationen Lösungen zu finden, die noch nicht gedacht wurden. Im Umkehrschluss heißt das aber auch: Der Mensch ist der Maschine derzeit noch voraus – und zwar in den Bereichen Kreation, im Erkennen von Zusammenhängen, in der Intuition und in ethischen Fragen.

**Ariadne Klingbeil:** Was ist, wenn die Künstliche Intelligenz den weiteren Meilenstein erreicht hat und kreativ denken kann? Wird sie ein eigenes Bewusstsein entwickeln?

**Anina Veigel:** Bei dieser Frage kann ich wieder auf Yoshua Bengio verweisen. Er sagt, es ist nur eine Frage der Zeit, bis es eine allgemeine künstliche Intelligenz gibt, die in vielen Bereich so intelligent ist wie der Mensch. Ob sie ein Bewusstsein haben wird oder nicht, ist aus seiner Sicht aber gar nicht so relevant wie die Frage, welche Rechte wir dieser einräumen. Wenn wir ihr das Recht auf Leben zugestehen und damit das Recht darauf, unsterblich zu sein (da sie sich dann selbst am Leben halten kann), wird sie mächtiger werden als der Mensch und unser Überleben wird dadurch bestimmt, ob wir der Allgemeinen Künstlichen Intelligenz nützlich sind oder nicht. Diese Kontrolle dürfen wir nicht abgeben und umso wichtiger ist hier die Regulierung und die internationale Zusammenarbeit über alle Grenzen hinweg. Der Philosoph Karl Jaspers beschrieb „Achsenzeiten“

---

Ich habe die Thematik der Halluzination auch direkt mit ChatGPT diskutiert und ebenfalls die Aussage erhalten, dass Halluzinationen nur vermindert, aber nicht vermieden werden können – das ist jetzt ein spannendes Paradox. Was soll ich nun glauben?

---



---

Wir setzen uns für den Fortbestand der freien Presse, die Freiheit der Meinungen und die Zukunft des marktwirtschaftlich finanzierten Journalismus ein – als Garant für die freiheitlich demokratische Grundordnung.

---



Foto: Christian Schaubel



Foto: Angelika Kariage, www.angelika-kariage.de

Ariadne Klingbeil, Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP), (li.) und Anina Veigel, Geschäftsführerin der Landesvertretungen Bayern & NRW im MVFP Medienverband der freien Presse e. V. Rechts: Zwei Tage lang beschäftigten sich die Teilnehmenden der Tagung damit, wie KI-gestützte Tools im kirchlichen Bereich genutzt werden können und wie dadurch Kirche und Medien verändert werden.

als Wendepunkte für die Menschheit, in denen nichts mehr so sein wird, wie es vorher war. Durch die aktuelle Entwicklung der Künstlichen Intelligenz befinden wir uns derzeit in einer solchen Achsenzeit, was Konsequenzen für unser gesamtes Denken und Handeln hat. Und so hat unter anderem Tim Höttes, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom, bereits 2016 eine „Nato für das Internet“ gefordert. Ich finde eine solche Allianz alternativlos.

**Ariadne Klingbeil:** Und damit wird es politisch. Wie positioniert sich Dein Verband dazu? Wie positionieren sich hier die Medienhäuser dazu?

**Anina Veigel:** Der MVFP ist der erste Medienverband in Europa gewesen, der im Sommer 2023 eine KI-Erklärung veröffentlicht hat (auf der Website des MVFP/ Presseerklärung vom 22.6.23) – abgestimmt mit den Mitgliedsverlagen, was üblicherweise eine Mammutaufgabe ist. Hier herrschte jedoch ob der Tragweite schnelle Einigkeit. In der KI-Erklärung ist bewusst festgehalten, dass KI unser Leben fundamental verändern wird, und bezogen auf die Verlage, dass diese im Kern ihrer verlegerischen Wertschöpfung getroffen werden. Damit gehen spannende Perspektiven für die Verlage einher – im journalistischen und im unternehmerischen Sinne –, aber auch Herausforderungen ethischer und ökonomischer Art. In diesem Zusammenhang stellt der Verband drei medienpolitische Forderungen auf, die das Überleben des Pressesystems, wie wir es derzeit noch kennen, sichern sollen:

**Verfügungsrecht:** Wir müssen auch im KI-Zeitalter die Verfügungshoheit über die Verwertung unserer Inhalte be-

halten, damit daraus keine Konkurrenzprodukte gegen unseren Willen entstehen können.

**Vergütung:** Wenn generative KI unsere Inhalte verarbeitet, müssen wir hierfür angemessen vergütet werden – denn sollten KI-Anbieter unseren Journalismus ohne Lizenzen und ohne Transparenz für Trainingszwecke oder die Erstellung „eigener“ Inhalte nutzen, ist die Zukunft der freien Presse gefährdet.

**Nachweisbarkeit:** Die Nachweispflicht für die Verwendung von Inhalten aus unseren Medienangeboten darf nicht bei den Rechteinhabern verortet werden. Vielmehr muss die Beweislast auf die Anbieter von KI verlagert werden, die allein nachweisen können, welche Inhalte ihre Systeme verwendet haben und welche nicht.

**Ariadne Klingbeil:** Gerade wird in Brüssel der AI Act diskutiert. Ist dieser hilfreich und kannst Du uns etwas zum aktuellen Stand sagen? (*Anm. d. Red.: Der AI Act wurde in der Zwischenzeit von den EU-Mitgliedsstaaten verabschiedet.*)

**Anina Veigel:** Der AI Act tritt wahrscheinlich im Laufe dieses Jahres in Kraft – je nach Bereich finden die Regelungen dann binnen 6 bis 24 Monaten Anwendung, das heißt Unternehmen, die KI-Systeme anbieten oder nutzen, sollten sich bereits jetzt mit den Regelungen auseinandersetzen. Besonders hohe Anforderungen werden an „Hochrisiko-KI-Systeme“ gestellt, die zur Bewertung von Menschen eingesetzt werden (zum Beispiel kritische Infrastruktur oder HR). Der AI Act verpflichtet außerdem Entwickler generativer KI, Trainingsverfahren offenzulegen und eine Zusammenfassung der Trainingsquellen zu veröffentlichen. Es ist bislang ungeklärt, ob damit alle Urheber nachvollziehen können, ob ihre Werke genutzt wurden. Die Verlegerverbände sehen darin einen Schritt in die richtige Richtung. Es bleibt aber unabdingbar, dass KI-Anbieter den Verlagen über alle Inhalte Rechenschaft ablegen müssen, die sie für Training, Input oder sonstige Zwecke verwenden oder verwendet haben.

Wie zentral und dringlich eine politische Regulierung im KI-Bereich ist, zeigt sich ganz besonders in diesem Superwahljahr 2024, in dem mehrere Milliarden Menschen in mehr als 50 Staaten wählen werden. So hat US-Präsident Joe Biden bereits im Sommer 2023 mit einem Dekret zur KI-Regulierung eine Selbstverpflichtung mit

---

**Der AI Act verpflichtet außerdem Entwickler generativer KI, Trainingsverfahren offenzulegen und eine Zusammenfassung der Trainingsquellen zu veröffentlichen. Es ist bislang ungeklärt, ob damit alle Urheber nachvollziehen können, ob ihre Werke genutzt wurden.**

---

15 amerikanischen Tech-Unternehmen verabredet. Die Unternehmen werden darin verpflichtet, ihre KI-Anwendungen zu testen und die Ergebnisse den Behörden mitzuteilen, bevor diese veröffentlicht werden. Dies gilt insbesondere für Anwendungen, die für die nationale Sicherheit, die Wirtschaft oder die öffentliche

Gesundheit gefährlich sein können. Und im Rahmen der Münchner Sicherheitskonferenz im Februar 2024 erklärten rund 20 führende KI-Konzerne eine freiwillige Tech-Vereinbarung – hierbei geht es um eine Kooperation der Unternehmen, um manipulative KI-Inhalte zu erkennen und einzudämmen und die Öffentlichkeit aufzuklären. Neu und ermutigend daran ist, dass hier viele Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette im Sinne eines gesellschaftlichen Ziels zusammenarbeiten.

Durch KI können auch Informationen für Kleinstzielgruppen angeboten werden, zum Beispiel ein Beitrag über die Verschiebung eines Gottesdienstes. Das kann das Business Modell der Medienhäuser und das Informationsangebot von Kirchen revolutionieren.

**Ariadne Klingbeil:** Demnach ist die Politik massiv gefordert. Wie ist denn Deine Einschätzung zur Medienwelt: Wohin wird sie sich unter dem Einfluss von KI entwickeln?

**Anina Veigel:** Nun ja, das Kopieren und Vervielfältigen von Berichten war schon vorher möglich. Jetzt ist es aber noch leichter, schneller, billiger – und zusätzlich können Spuren/ Ursprünge verwischt werden, Texte zu Nullkosten verändert werden. Wie kann da ein Urheber nachweisen, dass ihm seine Inhalte gestohlen wurden? Generell bringt diese Entwicklung ein Finanzierungsproblem für den ursprünglichen Ersteller von Content mit sich und daher ist die Forderung nach Verfügung, Vergütung und Beweislast so wichtig.

Noch erschreckender als die massenhafte Reproduktion von Real News finde ich aber den zu erwartenden Tsunami an Fake News – und zwar als Business Modell oder als Manipulations-Modell. So zählte NewsGuard, ein Falschinformations-Tracking-Center, im September 2023 bereits 475 komplett unzuverlässige KI-generierte Nachrichtenseiten in 14 Sprachen. Zwischenzeitlich sind ein paar Monate vergangen und man mag sich nicht ausmalen, wie viele es jetzt – bei exponentiellem Wachstum – sind.

**Ariadne Klingbeil:** Warum wird es gerade einen Tsunami an Fake News geben und nicht an Real News?

**Anina Veigel:** Der Anspruch von Men-

schen darauf, mit Inhalten Geld zu verdienen oder Einfluss zu nehmen, wird größer – schlichtweg deshalb, weil sie es dank KI so einfach können. Dabei eignen sich Fake News für eine Verbreitung in sozialen Medien im besonderen Maße – das weisen verschiedene Studien nach. Zitiert sei hier zum Beispiel eine spannende Untersuchung des Massachusetts Institute of Technology aus dem Jahr 2018 (<https://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>), die zeigte, dass sich Fake News auf Twitter sechsfach schneller verbreiteten als Real News und hundertmal mehr Menschen erreichten.

Grund dafür sind nicht etwa Bots, sondern die menschliche Psyche: Die Fake News, die sie in den sozialen Medien finden, sind häufig so konstruiert, dass sie das Neue und Überraschende betonen und starke Gefühle auslösen. Darauf reagieren Menschen viel stärker als auf die manchmal „banale“ Wahrheit.

**Ariadne Klingbeil:** Das heißt, wir müssen wachsamere denn je sein bei den Dingen, die wir lesen, sehen und hören. Welche Perspektiven bieten sich den Verlagen denn in diesen Zeiten durch die KI? Und was kann die Kirche davon lernen?

**Anina Veigel:** KI kann Informationsangebote entscheidend voranbringen. Bis jetzt brauchten Sie eine annähernd große Zielgruppe für eine Information – dann machte es Sinn, dass sich ein Redakteur oder ein Mitarbeiter mit einem Thema befasst hat, zum Beispiel ein Beitrag zum Nahost-Konflikt. Durch KI können auch Informationen für Kleinstzielgruppen angeboten werden, zum Beispiel ein Beitrag über die Verschiebung eines Gottesdienstes in der Nähe. Das kann das Business Modell der Medienhäuser und das Informationsangebot von Kirchen revolutionieren. Im positiven Sinne haben wir individualisierte Angebote, die höchst relevant für die Leserschaft sind. Darin liegen auch riesige Chancen für die Anbieter.

**Ariadne Klingbeil:** Werden sich dadurch auch Informationsformate ändern? Ich frage da aus Sicht von Medienhäusern, aber auch aus der Sicht der Kirche.

**Anina Veigel:** Mit Sicherheit! Wir haben es jetzt mit einer technologischen Revolution zu tun – es ist nicht denkbar, dass dies keine Auswirkungen auf unsere Angebote



Foto: Angelika Kamlage, www.angelika-kamlage.de



Foto: Angelika Kamlage, www.angelika-kamlage.de

Organisiert wurde die Tagung seitens der Katholischen Akademie in Bayern von Studienleiter Dr. Martin Dabrowski, der sich intensiv mit den Themen Digitalisierung und KI beschäftigt. Rechts: Die Tagung brachte Medienschaffende aus der Katholischen und Evangelischen Kirche mit weiteren Interessierten zusammen.

hat. Wenn man daran denkt, wie langsam Filme früher erzählt wurden – die haben sich auch an die Zeiten angepasst. Das, was auf YouTube oder TikTok geboten wird, ist hyperkurz und schnell. Oder wenn man daran denkt, dass man durch private Streaming-Angebote unendlich viele Serien hat, die gebingt werden – auch durch das Serienformat werden Geschichten anders erzählt als früher. Sich anzusehen, wie diese Anbieter arbeiten, kann für unsere Formate nur hilfreich sein.

Spannend wird für uns auch sein, wie wir uns weiter ausdifferenzieren, also welche Informationen und Angebote live angeboten werden (also zum Beispiel in einem Gottesdienst), was man digital erzählen möchte und was in welcher Form gedruckt publiziert werden muss. Jede Angebotsform bedient hier unterschiedliche Funktionen und Bedürfnisse in der Zielgruppe und die KI macht eine solche Ausdifferenzierung des Angebots finanzierbar.

**Ariadne Klingbeil:** Vorhin sprachen wir über Fake News. Wo stehen denn die Real News gerade und wie kann wiederum die Qualität des Outputs von KI und LLMs verbessert werden?

**Anina Veigel:** Generell gilt: Je mehr und je unterschiedlichere Texte oder Bilder zum Training verwendet werden, desto besser das Ergebnis. Andersherum formuliert heißt es ja: Garbage in, Garbage out. KI-Anbieter haben daher Interesse daran, möglichst hochwertigen Content sowie eine unendlich große Menge an Content zum Training zu verwenden. Umso wichtiger kann es für Medienunternehmen sein, mit einer maschinenlesbaren Datei auf vorhandene Urheberrechte hinzuweisen. Nur so kann zunächst einmal unentgeltlichem Datenschürfen widersprochen werden. Nur so können Urheberrechte geltend gemacht werden, wenn man dies möchte. Ohne diesen Hinweis verschenkt man seine Rechte. In der Praxis scheint dies jedoch nicht immer zu funktionieren.

**Ariadne Klingbeil:** Inwieweit? Woher weiß man das?

**Anina Veigel:** Bereits im April 2023 reichten mehrere Buchautorinnen und Buchautoren – unter anderem Komikerin Sarah Silverman, Game-of-Thrones-Autor George R. R. Martin, Pulitzer-Preisträger Michael Chabon – in San Francisco mehrere Sammelklagen gegen KI-Unternehmen ein. Ihre eigenen Tests hatten ergeben, dass LLMs urheberrechtlich geschützte Werke verwendet haben. Vermutlich deshalb, weil KI-Unternehmen sich bei Schattenbibliotheken, also illegalen Datenbanken, die Millionen Texte zum Download anbieten, bedient haben. Diesen Prozess wieder umzukehren, einen einzelnen Text wieder aus dem Trainingsdatensatz zu löschen und die Learnings rückgängig zu machen, ist nahezu unmöglich.

**Ariadne Klingbeil:** Es gibt noch eine weitere aufsehenerregende Klage. Worum geht es bei der Klage der New York Times gegen OpenAI aus dem Dezember 2023?

**Anina Veigel:** Die New York Times wirft OpenAI/Microsoft vor, das Wissen aus Millionen Artikeln rechtswidrig verwendet und kopiert zu haben, um ChatGPT zu trainieren und damit ein eigenes Geschäftsmodell aufzubauen. Es geht um Schadenersatzforderungen in Milliardenhöhe. Es geht aber auch darum, dass die KI-Anwendungen die Reichweiten klassischer Medien massiv reduzieren werden und ihre Geschäftsmodelle bedrohen. Deshalb ist diese Klage so entscheidend. Sie verschafft den Medien Zeit.

**Ariadne Klingbeil:** Und wie hat OpenAI auf die Vorwürfe reagiert?

**Anina Veigel:** Wie zu erwarten war, hat OpenAI diese als „unbegründet“ zurückgewiesen. Sie argumentieren, dass die Zeitung zum Testen vermutlich Beispiele eingesetzt habe,

die schon älter waren und dadurch schon auf vielen Websites von Dritten publiziert worden sind. Und zudem habe man beim Testen wahrscheinlich auch die Eingabeaufforderungen so manipuliert, dass genau das Ergebnis erzielt wurde, welches die NY Times generieren wollte, um die Klage zu unterstreichen. Man sieht, wie schwierig hier ein Vorankommen ist.

**Ariadne Klingbeil:** Gut, wir halten fest: Man kann als Unternehmen versuchen, zu klagen. Welche weiteren Möglichkeiten haben Medienhäuser oder auch die Kirche, sich gegenüber KI-Anbietern zu positionieren?

**Anina Veigel:** Es gibt auch Medienhäuser, die ihre Inhalte an KI-Unternehmen ganz bewusst verkaufen und eine Kooperation eingehen. Bei dieser Strategie steht die Sicherung von Erlösen und Wettbewerbsvorteilen im Vordergrund. Wie viel Geld dabei fließt, ist bisher nicht öffentlich, aber man hört, dass die KI auf diese ursprüngliche Medienquelle verlinkt, wenn sie sie nutzt. Ein solcher Weg wäre zum Beispiel auch für die Kirche eine Option. Denken Unternehmen über eine Kooperation nach, gibt es hier zwei Möglichkeiten: Bietet man im Rahmen der Zusammenarbeit sein Archivmaterial an – die KI wird dadurch allgemein schlauer – oder bietet man seine aktuellen Meldungen an – die KI kann dadurch im News-Geschäft konkurrieren.

Die Kirche ist wiederum in ethischen Fragestellungen allen anderen voraus. Etwas salopp gesagt, könnte der KI etwas mehr Ethik guttun. Vielleicht ist eine Kooperation hier durchaus spannend. Möglicherweise kann man Moral und Ethik nicht so einfach in eine KI hineinprogrammieren, denn ein Wertesystem ist immer zutiefst menschlich, freiheitlich, flexibel, individuell und nicht immer logisch – aber Moral und Ethik werden zentral in unserem Umgang mit KI.

**Ariadne Klingbeil:** Muss man sich denn Sorgen machen, weil man dann nur noch Journalismus von einigen wenigen Medienhäusern über die KI erhält?

**Anina Veigel:** Das glaube und hoffe ich nicht. KI-Anwender suchen sich ja weltweit unzählige Medienpartner.

---

KI-Anbieter haben Interesse daran, möglichst hochwertigen Content sowie eine unendlich große Menge an Content zum Training zu verwenden. Umso wichtiger kann es für Medienunternehmen sein, mit einer maschinenlesbaren Datei auf vorhandene Urheberrechte hinzuweisen.

---

**Ariadne Klingbeil:** Und wenn man gerade bei den Sorgen ist: Viele sorgen sich derzeit um ihre Jobs. Wie verändert KI denn aus Deiner Sicht die Arbeitswelt?

**Anina Veigel:** Es gibt die Aussage, wonach nicht die KI einen Job vernichtet, aber die Menschen und Unternehmen, die künstliche Intelligenz nutzen, verdrängen im Wettbewerb um Aufmerksamkeit und Vertrauen diejenigen, die KI nicht nutzen. Daher ist es für jeden von uns so fundamental wichtig, sich mit KI zu befassen. Neu an den aktuellen Anwendungen ist ja, dass sie so leicht von Mitarbeitenden genutzt und angewendet werden können und dass sie zum Teil auch leicht mit den bestehenden technischen Infrastrukturen verbunden werden können. Dies macht die neuen Modelle zu Gamechangern in der Arbeitswelt.

**Ariadne Klingbeil:** Aber nochmal ganz konkret nachgefragt: Vernichtet die KI auch Jobs?

**Anina Veigel:** So wie jede neue Entwicklung, wie jede neue Technologie verändert auch die KI den Arbeitsmarkt – zugegeben: hier in besonderem Maße. In diesem Zusammenhang spannend finde ich die Einschätzung von Enzo Weber, Professor für empirische Wirtschaftsforschung an der Universität Regensburg und Leiter „Prognosen und gesamtwirtschaftliche Analysen“ am Nürnberger Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung. Er geht davon aus, dass die KI viele neue Jobs schaffen wird, denn – kurz gesagt – neue Technologien erhöhen die Produktivität und infolgedessen die Nachfrage, wodurch wieder neue Arbeitskräfte benötigt werden.

Jedoch verändert sich unsere Arbeit: Dadurch, dass viele Routinejobs von Maschinen übernommen werden, bleibt mehr Raum für kreative Leistung und das Erschaffen von Neuem. Ein Selbstläufer ist das dennoch nicht: Für den Arbeitsmarkt von morgen sind laut Weber eher übergreifende Fähigkeiten gefragt wie Kommunikationsfähigkeit, Abstraktionsgabe und vor allem Anpassungsfähigkeit (*brand eins*, 09/23, S. 64ff).

**Ariadne Klingbeil:** Wie kann die KI denn konkret in einem Medienhaus genutzt werden?

**Anina Veigel:** KI kann mit unzähligen Tools von den Medienhäusern genutzt werden. Das Maß muss jedes Medienhaus für sich selbst bestimmen und daher ist es so wichtig, vorab entsprechende Richtlinien für interne oder externe Zwecke festzulegen. Jedes Haus muss also für sich entscheiden, wann KI in welcher Form eingesetzt werden darf und soll. Und wenn dies getan ist, gibt es ganz konkrete Bereiche, in denen KI zum Einsatz kommt:

#### 1. Zunächst mal im Vertrieb:

KI kann die User Experience, personalisierte Inhalte, Empfehlungsalgorithmen, dynamische Paywalls und die Generierung von Abos wesentlich vorantreiben. In der Kommunikation hilft die KI unter anderem via Chat Bots, Kommentarmoderation und Social Media Monitoring.

#### 2. Dann in der Vermarktung:

KI wird erfolgsentscheidend bei Angebotserstellung, beim Pricing, in der Kampagnensteuerung, beim Tracking und bei Prognosen.

#### 3. Und last but not least der Einsatz von KI im journalistischen Bereich:

Die KI kann Texte bearbeiten, Layouts generieren, Bilder kreieren, Inhalte digitalisieren, verschlagworten und verknüpfen. Die KI kann auch große Datenmengen analysieren, wie das bei den Panama Papers der Fall war.

Noch spannender finde ich aber, was aus dem Einsatz von KI folgt: Wenn Routinearbeiten erleichtert werden, bleibt

mehr Zeit für die Gatekeeperfunktion und vor allem für die Verifizierungsfunktion. Medienmenschen können sich die Ergebnisse der KI zu eigen machen und Ihr Augenmerk auf Recherche und Faktencheck legen! Und ganz wichtig: sich den Zweifel zum Grundprinzip machen! Das ist ja genau das, was der Roboterjournalismus (noch) nicht kann. Darüber hinaus wird die Berichterstattung über Künstliche Intelligenz für alle Informationsanbieter immer wichtiger. Ich sehe da nicht nur die Medienhäuser, sondern gerade auch die Kirchen. Damit nicht nur diejenigen, die viel mit KI zu tun haben, verstehen, wie sehr KI unsere Sicht auf die Welt verändern kann, welches Potenzial sie hat, aber auch welche Macht.

Hier wird das interdisziplinäre Arbei-

ten innerhalb von Medienhäusern, aber auch die Kollaboration zwischen Medienhäusern, Kirchen, Anbietern und Forschern zentral werden.

**Ariadne Klingbeil:** Jetzt haben wir darüber gesprochen, wie die KI unser Arbeiten verändert. Denkst Du, KI verändert unsere menschlichen Fähigkeiten und wenn ja, wie?

**Anina Veigel:** Das ist eine interessante Frage. Wenn man zu meiner Generation gehört: Kannten Sie früher auch hundert Festnetznummern auswendig? Und jetzt? Wie gut ist Ihr Orientierungssinn noch? Und was tritt an diese Stelle?

Natürlich verändern Technologien unser Wissen und unsere Fähigkeiten. So wie die Erfindung der Schrift ein Quantensprung für die Menschheit bedeutet, weil Wissen gespeichert werden konnte und damit Kapazitäten frei wurden, Wissen zusammenzutragen und weiterzuentwickeln, trägt die KI ein solches Potenzial in sich. Wenn Menschen nun in enormer Geschwindigkeit Wissen in die gewünschte Form – Text, Bild, Video, Musik etc. – bringen können und das Wissen der Welt in Sekundenschnelle analysieren lassen können, können wir uns viel schneller und intensiver auf Lösungen fokussieren. Die KI-Entwicklung kann uns als Gesellschaft enorm voranbringen – zum Beispiel in gesellschaftlichen Fragen, im Gesundheitsbereich, in der Wirtschaft und in Nachhaltigkeitsfragen. Wir als Menschen werden möglicherweise durch die KI noch besser im Lösen von Problemen, ganz einfach, weil wir die Kapazität dazu haben.

---

Wenn Routinearbeiten erleichtert werden, bleibt mehr Zeit für die Gatekeeperfunktion und vor allem für die Verifizierungsfunktion. Medienmenschen können sich die Ergebnisse der KI zu eigen machen und Ihr Augenmerk auf Recherche und Faktencheck legen!

---

**Ariadne Klingbeil:** Stichwort Prompting – muss das jetzt jeder schnellstmöglich lernen?

**Anina Veigel:** Wer gut prompten kann, ist derzeit König! Für das Ergebnis ist es wichtig, der AI die richtigen Fragen zu stellen. Experten sagen aber auch: Die KI wird sich so weiterentwickeln, dass sie immer userfreundlicher wird. Sie wird immer bessere Antworten liefern, ohne dass wir intelligente Fragen gestellt haben. Daher wird die Bedeutung von Prompting mittelfristig auch wieder abnehmen.

**Ariadne Klingbeil:** Vieles im Zusammenhang mit der KI-Entwicklung klingt verheißungsvoll, vieles aber auch bedrohlich – wie können wir die Zukunft aktiv gestalten?

**Anina Veigel:** Auf Seiten der Medienverbände: Für ein angemessenes Urheberrecht kämpfen, Bezugspunkte zu vielen weiteren Gesetzen klären und die Position der Branche stärken.

Auf Seiten der Kirchen: Über KI berichten, aufklären und an der Etablierung ethischer Standards in KI-Systemen mitarbeiten.

Auf Seiten der Medienhäuser: Das Vertrauen in Medienmarken wird zum höchsten Gut. V. i. S. d. P. – „Verantwortlich im Sinne des Presserechts“ – ist das Vertrauensiegel für verlässliche Informationsangebote. Wir müssen es weiterhin schaffen, dass Menschen unsere Marken selbst aufrufen, weil sie in ihrer eng bemessenen Zeit journalistisches Handwerk erwarten. Der Realitätscheck durch Medien wird für uns als Gesellschaft überlebensnotwendig. Vielleicht ist das die gute Nachricht: Guter Journalismus wird zum Wettbewerbsvorteil. Die Gesell-

**Guter Journalismus wird zum Wettbewerbsvorteil. Die Gesellschaft muss sich in diesem Zusammenhang fragen, ob sie sich die Welt von einem Diktator – da gibt es gerade ja so Einige – erklären lassen will oder doch lieber von einem Medium der freien Presse.**

schaft muss sich in diesem Zusammenhang fragen, ob sie sich die Welt von einem Diktator – da gibt es gerade ja so Einige – erklären lassen will oder doch lieber von einem Medium der freien Presse.

**Ariadne Klingbeil:** Wie bereiten wir denn die junge Generation darauf vor, was kommt?

**Anina Veigel:** Zum Erhalt unserer politischen und kulturellen Kultur, und nicht zuletzt zum Erhalt unserer Demokratie müssen wir die kommende Generation auf diese Welt vorbereiten. Es ist nun wichtiger denn je geworden, tiefgreifende Medienkompetenzen an den Schulen zu vermitteln. Und selbstverständlich kann und muss dies jeder von uns in seinem persönlichen Umfeld tun. Das Wichtigste dabei ist: Bleiben Sie zweifelnd! Bleiben Sie kritisch! Und teilen Sie dies mit! Damit kann jeder Einzelne schon eine Menge bewirken und erreichen. ■

## PRESSE

### ■ KNA

29. Februar 2024 – Der technische Fortschritt wird nach Erkenntnissen des Tübinger Soziologen Matthias Meitzler Trauerprozesse weltweit stark verändern. Tod und Verabschiedung, der Begräbnisort und die Erinnerung an den Verstorbenen träten immer weiter auseinander, sagte der Forscher bei einer Fachtagung in München. In absehbarer Zeit könnten aus Daten Verstorbener mit Künstlicher Intelligenz Avatare geschaffen werden, die von ihren Vorbildern nicht mehr unterscheidbar seien. Spätestens dann stelle sich die Frage nach einer Kennzeichnungspflicht. [...] Ob eine solche Form des künstlich generierten Weiterlebens einer Person nach ihrem Tod für Trauerprozesse hilfreich ist, konnte Meitzler noch nicht sagen. [...] Eine wichtige Frage sei, wer darüber entscheiden dürfe, wie solche Avatare programmiert und gebaut würden, sagte Meitzler. [...] Der Soziologe fügte hinzu, sämtli-

che Vorbehalte gegenüber diesen Technologien änderten nichts daran, dass sie weiterentwickelt würden und sich auch ausbreiteten. Verbote könnten diesen Wandel nicht aufhalten.

### ■ KATHPRESS

1. März 2024 – Der deutsche Ethiker Andreas Lob-Hüdepohl und Experten plädieren für eine intensive Auseinandersetzung mit Künstlicher Intelligenz (KI) im kirchlichen Kontext. In der Debatte um die Nutzung von KI sei der Unterschied zwischen Künstlicher Intelligenz und menschlicher Vernunft vorab klar zu definieren, sagte der katholische Theologe Lob-Hüdepohl. [...] ChatGPT und andere Anwendungen bergen laut Lob-Hüdepohl für den Menschen auch die Gefahr eines Kompetenzverlusts, weil der Nutzer sich auf die Aussagen der KI komplett verlassen könnte. „Wir müssen Strategien entwickeln, wie die Gesellschaft eine KI-Kompetenz erlangen kann“, sagte der Ethiker bei einer Tagung in der Katholischen Akade-

mie in Bayern zu Auswirkungen Künstlicher Intelligenz auf die Kirchen.

IM Bereich der Kirche kann KI nach Auffassung des katholischen Medienexperten Stefan Lesting auch sinnvoll eingesetzt werden. Sie könne etwa zur Vereinfachung von Sprache genutzt werden.

### ■ KNA Bayern

1. März 2024 – Auch im Pfarrbüro sei der Einsatz von KI etwa in Form von Chatbots denkbar, so Lesting weiter. „Wenn ich etwa die Taufbescheinigung erbitte, um zu heiraten oder eine Taufanmeldung machen möchte, könnte die KI vielleicht im Dialog mit der Person sagen, welche Unterlagen man braucht.“ Auch die Pfarrerin Stefanie Hoffmann sprach sich auf einem Podium dafür aus, zu prüfen, wo KI bei Verwaltungsarbeiten entlasten könne. Außerdem könnten ihrer Meinung nach algorithmische Systeme dabei helfen, Daten der Kirchen auszuwerten, um dem Schrumpfen der Kirche entgegenzuwirken.