

# Kommunikationsräume offen halten

## Künstliche Intelligenz als Motor für Innovationen

Die Transformation der Medien als Teil des digitalen Ökosystems ist durch die zunehmende Nutzung von künstlicher Intelligenz charakterisiert. Medienunternehmen setzen diese bereits vielfältig ein und gestalten so den Wandel aktiv mit. Nicht zuletzt aufgrund seiner leistungsfähigen KI-Modelle spielt Google als Kooperationspartner der Medien eine wichtige Rolle bei dieser Transformation. Google setzt sich für Transparenz bei mit KI erzeugten Inhalten, für professionellen Journalismus und für qualitativ hochwertige Medien ein. Nach AI Act, DMA und DSA sollten gegenwärtig keine weiteren Regulierungen für das digitale Ökosystem auf den Weg gebracht werden.



**Sabine Frank**

Google DACH  
Director of Governmental Affairs  
and Public Policy  
[sabinefrank@google.com](mailto:sabinefrank@google.com)

### Google in der Mitverantwortung

Die gesellschaftspolitische Debatte in Deutschland wird geprägt bleiben durch internationale Krisen, Konflikte und Kriege, deren Auswirkungen auch hierzulande zu wirtschaftlichen Umwälzungen und entsprechenden Sorgen in der Bevölkerung führen. Damit einher geht ein erstarkender Nationalismus. Der Ruf nach einfachen Lösungen und Abschottung wird lauter. Das spiegelt sich auch in den Debatten auf digitalen Plattformen und in den Medien. Angriffe auf den demokratischen Diskurs durch Verbreitung von Unwahrheiten, Manipulationen und Desinformationskampagnen werden uns auf absehbare Zeit weiter beschäftigen.

Daher ist es 2025 von besonderer Bedeutung, die öffentlichen Kommunikationsräume offen zu halten und es den Bürgerinnen und Bürgern zu ermöglichen, sich darin ohne Furcht zu bewegen. Dafür sollten sich alle demokratischen Kräfte aus Medien- und Digitalwirtschaft, aus Politik und Zivilgesellschaft einsetzen, nicht zuletzt, weil auch sie auf diese Kommunikationsräume angewiesen sind. Google sieht sich in der Mitverantwortung für diesen öffentlichen Diskurs und wird weiter intensiv daran arbeiten, dass den Nutzerinnen und Nutzern zuverlässige Inhalte aus qualitativ hochwertigen Quellen angezeigt werden.

### Die Bedeutung von Künstlicher Intelligenz

Die wirtschaftliche Entwicklung, technische Innovationen und Wettbewerbsfähigkeit werden 2025 stark verbunden

sein mit dem breiten Einsatz künstlicher Intelligenz in fast allen Bereichen. KI ist ein Motor, der Deutschland und vielen Mitgliedstaaten der EU wieder zu mehr Produktivität und Innovationskraft verhelfen kann, wie Google in seinem Chancenpapier zur KI gezeigt hat. Das gilt auch für die Medienbranche.

Die Transformation der Medien als Teil des digitalen Ökosystems wird weiter fortschreiten. Künstliche Intelligenz wird dabei eine immer wichtigere Rolle spielen. Wie vielfältig die Medienunternehmen bereits KI einsetzen, zeigt die jährliche Umfrage vom Reuters Institute bei über 300 Verantwortlichen aus Verlagen in der ganzen Welt. 60 Prozent der Befragten halten Back-End Automatisierung im Jahr 2025 in ihrem Haus für sehr wichtig, etliche aus dieser Gruppe haben bereits die Voraussetzungen für die Nutzung neuer, KI-gestützter Workflows geschaffen. Dass KI auch die Redaktionen erreicht hat, sehen 87 Prozent der Befragten als überwiegend oder vollkommen gegeben an. Diese Aussagen zeigen einmal mehr: Die Medien sind offen für künstliche Intelligenz und gestalten die Transformation aktiv mit.

Eine Studie von IW Consult im Auftrag von Google errechnete im vergangenen Jahr, dass künstliche Intelligenz die Bruttowertschöpfung in Deutschland um insgesamt 330 Milliarden Euro erhöhen kann. Die Medienunternehmen haben gute Voraussetzungen, an dieser Wertschöpfung teilzuhaben: Die Potenziale von KI für die Verbesserung von Produktivität, Effizienz, Servicequalität und Zielgruppenengauigkeit von Medienangeboten sind hoch.

Gleichzeitig machen sich viele Unternehmen Gedanken darüber, wie sich generative KI auf die Erstellung von Inhalten auswirkt. Google arbeitet seit langem erfolgreich mit vielen Presseverlagen und Rundfunkanbietern zusammen und setzt sich dafür ein, dass hochwertige Inhalte gefunden und finanziert werden können. Wir unterstützen Medien beim Erstellen journalistischer Inhalte mit Hilfe von KI, durch die Nutzbarmachung geeigneter Recherchertools oder bei der Monetarisierung von Medieninhalten. Mit unserem bisher leistungsfähigsten KI-Modell Gemini 2.0 wird es noch besser gelingen, Informationen in Texten, Videos, Bildern, Audio und Code zu verstehen und viel mehr davon zu verarbeiten.

## Künstliche Intelligenz und das Transparenz-Gebot

Wenn künstliche Intelligenz für die Erstellung von Inhalten eingesetzt wird, muss das transparent gemacht werden, sowohl von Plattformen als auch von Medienanbietern. Wir haben verschiedene Tools entwickelt, die eine solche Transparenz ermöglichen: Mit der Funktion „Über dieses Bild“ können sich Nutzerinnen und Nutzer zusätzliche Informationen zu Fotos anzeigen lassen, z. B. die Quelle des Bildes und wann es zum ersten Mal online erschienen ist. Ein anderes Beispiel sind die digitalen Wasserzeichen, mit denen wir jedes unserer eigenen KI-generierten Bilder markieren. Verlage, Unternehmen und Kreative werden dieselbe Technologie nutzen können, um ihre eigenen Markierungen hinzuzufügen.

Nicht zuletzt müssen Fehlinformationen bekämpft, entfernt und reduziert werden, um ein funktionierendes Ökosystem zu gewährleisten. Auch beim Kampf gegen die Aktionen böswilliger Akteure in den Netzwerken bietet KI enorme Vorteile. Sie unterstützt Google seit vielen Jahren dabei, schädliche Inhalte in großem Umfang zu erkennen: So wurden bei YouTube im Zeitraum von Juli bis September 2024 96,9 % der mehr als 9,1 Millionen aufgrund von Richtlinienverletzungen entfernten Videos zuerst von automatisierten Systemen erkannt. Mit unserer Schnittstelle Perspective API lassen sich ebenfalls Hassrede und diskriminierende Inhalte herausfiltern. Schon seit Jahren arbeiten Content-Plattformen und Verleger damit, und wir sind für diese Zusammenarbeit sehr dankbar. Denn allein kommt bei diesen Themen keiner ans Ziel.

Diese Beispiele zeigen, wie wichtig ein enger Austausch zwischen Technologieunternehmen, Medienwirtschaft und natürlich den Nutzerinnen und Nutzern ist. Unsere Kooperationen mit Medien zu verstetigen und zu erweitern, wird im Zuge der Weiterentwicklung künstlicher Intelligenz ein wichtiges Anliegen bleiben. Professioneller Journalismus, unabhängige News und qualitativ hochwertige Medien – ob Presse, öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk oder native Digitalmedien – bleiben unverzichtbar.

## Leistungsstarke digitale Infrastruktur notwendig

Um die enormen Potentiale neuer Technologien auf der Basis von künstlicher Intelligenz auszuschöpfen, bedarf es einer leistungsstarken digitalen Infrastruktur, etwa mit Blick auf die Netze, Cloud-Anwendungen oder die Energieversorgung für künftige Datenübermittlungen. Die bisherige Geschwindigkeit beim Digitalausbau wird nicht reichen. Daher sollte die neue Bundesregierung möglichst bald untersuchen, wie KI die Bedarfe an digitaler Infrastruktur verändert und wo Engpässe entstanden sind, bei denen Anpassungen nötig sind. Es braucht mehr Mittel für die Finanzierung durch den Staat und zusätzliche Anreize zur Investition für den Privatsektor. Auch in der vergangenen Legislaturperiode nicht beendete Vorhaben wie das Beschleunigungsgesetz zum Ausbau der Telekommunikationsnetze sollten unverzüglich wieder aufgegriffen werden.

## Ein Appell an die Medienpolitik

Im Übrigen sollte die Politik aber zum gegenwärtigen Zeitpunkt keine zusätzlichen Regulierungen für das digitale Ökosystem auf den Weg bringen. In den vergangenen Jahren wurde auf europäischer und nationaler Ebene eine Fülle von grundsätzlichen und weitreichenden Gesetzen verabschiedet, deren Umsetzung sich etwa bei EMFA, DMA, DSA und AI Act noch am Anfang befindet. Schon jetzt mehren sich jedoch Stimmen, die weiter gehende oder neue Regeln einfordern. Es ist aber für das gesamte Ökosystem nicht ratsam, neue Gesetze zu schaffen, bevor man genügend Erfahrungen mit Anwendung und Wirksamkeit der bestehenden gemacht hat, von einer Evaluierung ganz zu schweigen.

Darüber hinaus führt die hohe Regelungsdichte in der EU und ihren Mitgliedstaaten zu Rechtsunsicherheit. Anforderungen auf europäischer und nationaler Ebene überschneiden sich häufig, ohne identisch zu sein. Auch existieren in einigen Fällen, die das Verhältnis von europäischem und nationalem Recht betreffen, erhebliche Unsicherheiten, so zum Beispiel hinsichtlich der Frage, ob bestimmte nationale Regelungen mit dem für den europäischen Binnenmarkt zentralen Herkunftslandprinzip vereinbar sind. Nur als Beispiel: Beim aktuellen Entwurf für den Jugendmedienschutzstaatsvertrag der Länder stehen die Einschätzungen von Europäischer Kommission und der deutschen Ländergemeinschaft einander unversöhnlich gegenüber.

Solche Rechtsunsicherheit bindet Kräfte und wirkt innovationshemmend. Dabei werden gerade alle Kräfte gebraucht, um die Kommunikationsräume unserer Gesellschaft auch in Zukunft offen zu halten.