



ARBEITSGEMEINSCHAFT  
PRIVATER RUNDfunk

Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk  
Friedrichstraße 22 | 80801 München

Europäische Kommission  
EU AI Offices  
17 Av. John F. Kennedy  
L-1855 Kirchberg

apr@privatfunk.de  
www.privatfunk.de  
Tel.: 0 89/45 555 855

20.01.2026  
HP/ru

Per E-Mail cnet-aioffice@ec.europa.eu

## **Stellungnahme zum Entwurf eines europäischen Code of Practice zur Transparenz von KI-generierten Inhalten (Art. 50 KI-Verordnung)**

Sehr geehrte Damen und Herren,

die APR dankt für die Möglichkeit der Stellungnahme zum Entwurf eines europäischen Code of Practice zur Transparenz von KI-generierten Inhalten (Art. 50 KI-Verordnung).

### 1. Grundsätzliche Einordnung

Die Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) begrüßt das Ziel der Europäischen Kommission, mit einem Code of Practice die Transparenzpflichten des Art. 50 KI-Verordnung zu konkretisieren und damit Vertrauen in den Einsatz Künstlicher Intelligenz zu stärken. Transparenz ist eine zentrale Voraussetzung für Akzeptanz, Glaubwürdigkeit und demokratische Resilienz in der digitalen Medienordnung.

Zugleich betont die APR: **Transparenz darf nicht zu einer medieninadäquaten, innovationshemmenden oder strukturell unausgewogenen Regulierung führen.** Der Code of Practice muss die Besonderheiten einzelner Mediengattungen – insbesondere des privaten Rundfunks und von Audioangeboten – systematisch berücksichtigen.

### 2. Keine faktische Verschärfung des Art. 50 KI-VO durch den Code

Der vorliegende Entwurf geht in mehreren Punkten **über den Wortlaut und die Systematik des Art. 50 KI-VO hinaus** und droht, faktisch neue Pflichten zu etablieren:

- Der Code konkretisiert Transparenzanforderungen so detailliert, dass sie de facto zu **verpflichtenden hörbaren Kennzeichnungen im Content selbst** führen können.
- Dies widerspricht dem Charakter des Codes als **freiwilligem, unterstützendem Instrument** zur Compliance.
- Eine solche faktische Vorverlagerung verbindlicher Vorgaben ist insbesondere problematisch, solange flankierende Leitlinien der Kommission zu Art. 50 noch ausstehen.

Die APR fordert daher klarzustellen:

**Der Code of Practice darf keine materiell-rechtliche Verschärfung der KI-Verordnung bewirken.**

### 3. Medienneutrale Ausgestaltung – keine strukturelle Benachteiligung von Audio

Aus Sicht der APR besteht ein zentrales Risiko darin, dass Audioangebote strukturell strenger behandelt werden als Text- oder visuelle Inhalte:

- Audio verfügt über keine Fußnoten, Overlays oder dauerhaft sichtbaren Labels.
- Jede hörbare Kennzeichnung greift unmittelbar in Dramaturgie, Werbewirkung, redaktionelle Gestaltung und Nutzererlebnis ein.
- Vorgaben wie „Kennzeichnung bei erster Wahrnehmung“ oder wiederholte Hinweise bei längeren Formaten treffen Audio deutlich härter als andere Medienformen.

Die APR hält fest:

**Transparenzanforderungen müssen funktionsäquivalent, nicht formatidentisch ausgestaltet werden.**

Der Code muss ausdrücklich anerkennen, dass medienadäquate Lösungen je nach Gattung unterschiedlich aussehen können.

### 4. Vorrang technischer und kontextualer Transparenzlösungen

Die APR unterstützt den im Entwurf angelegten **mehrschichtigen Transparenzansatz**, fordert jedoch eine klare Priorisierung:

1. **Technische Transparenz** (z. B. Metadaten, Wasserzeichen, Provenance-Informationen, Plattform-Hinweise)
2. **Kontextuelle Transparenz** (z. B. Opener/Closer, begleitende Informationen, Infoseiten)
3. **Hörbare Kennzeichnung im Content selbst** nur als **ultima ratio**, wenn andere Lösungen nicht geeignet sind

Insbesondere im Rundfunk- und Audibereich müssen **plattform-, format- und kontextabhängige Lösungen** ausdrücklich zulässig bleiben.

### 5. Redaktionelle Verantwortung und Medienprivileg wahren

Die APR weist darauf hin, dass private Rundfunkanbieter bereits heute umfassenden medienrechtlichen Pflichten unterliegen (journalistische Sorgfalt, Verantwortung, Aufsicht).

Für KI-unterstützte Inhalte gilt daher:

- Wo menschliche redaktionelle Verantwortung besteht, darf keine pauschale Kennzeichnungspflicht ausgelöst werden.
- Der Code muss klar zwischen
  - vollständig automatisierten Inhalten ohne redaktionelle Kontrolle und
  - redaktionell verantworteten KI-gestützten Produktionen unterscheiden.
- Andernfalls droht eine **Entwertung journalistischer Verantwortung** und eine Überkennzeichnung zulasten der Glaubwürdigkeit professioneller Medien.

#### 6. Gestaltungsspielräume für branchenspezifische Standards sichern

Die APR unterstützt ausdrücklich branchengetragene Initiativen – etwa im Audibereich – , **gemeinsame, praxisnahe Standards** für die Kennzeichnung zu entwickeln und zu testen.

Der Code of Practice sollte daher:

- explizit Raum für branchenspezifische Selbstregulierung lassen,
- Reallabore, Taskforces und Pilotmodelle anerkennen,
- und keine vorschnelle Festlegung auf einheitliche akustische oder symbolische Lösungen treffen.

#### 7. Fazit und Forderungen der APR

Die APR plädiert für einen Code of Practice, der:

- Transparenz stärkt, ohne Vertrauen durch Überregulierung zu gefährden,
- medienadäquat und technologieneutral ausgestaltet ist,
- Audio- und Rundfunkangebote nicht strukturell benachteiligt,
- redaktionelle Verantwortung ausdrücklich berücksichtigt,
- und Innovation sowie Selbstregulierung ermöglicht statt beschneidet.

**Transparenz ist kein Selbstzweck, sondern muss Akzeptanz, Qualität und Vielfalt im Mediensystem fördern.** Dafür braucht es einen Code of Practice, der den Realitäten der Medienpraxis gerecht wird.



ARBEITSGEMEINSCHAFT  
PRIVATER RUNDfunk

Zur APR:

Die APR vertritt bundesweit die Interessen von über 300 privaten Radio- und Fernsehsendern aus Deutschland und setzt sich insbesondere für die Förderung der Vielfalt, Qualität und der wirtschaftlichen Interessen des privaten Rundfunks ein.

Damit ist die APR der mitgliederstärkste Hörfunkverband in Deutschland; die Medienprodukte der APR-Mitgliedsunternehmen erreichen täglich über 50 Millionen Menschen in ganz Deutschland.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Holger Paesler', is written over a light blue rectangular background.

**Prof. Dr. Holger Paesler**  
Geschäftsführer