KIO WISSEN KOMPAKT 01/25

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

AUSGABE 01

150 JAHRE HERMANN:
KI TRIFFT KULTUR

IM KREATIVINSTITUT TEILEN WIR UNSER WISSEN

NEUE WERKZEUGE. NEUE WEGE. KI FÜR ALLE GREIFBAR MACHEN.

Am KIO haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, die Kreativwirtschaft zukunftsfähig zu gestalten. Künstliche Intelligenz hat sich in den letzten Jahren vom spekulativen Zukunftsthema zu einem zentralen Begriff im kreativen Alltag entpuppt – von Bildern in Feeds über Textassistenten bis hin zu Musik und Video.

Zwischen Faszination und Verunsicherung fehlt oft eines: Orientierung. Wir wollen genau hier ansetzen. Mit unserer ersten Ausgabe KIO WISSEN KOMPAKT wollen wir verständlich machen, was hinter Schlagwörtern steckt, konkrete Anwendungen aus unserem Institutsalltag zeigen und zugleich Risiken benennen und offene Fragen klären.

Im Mittelpunkt von einem verantwortungsvollen Umgang mit der Thematik stehen drei Verbindlichkeiten: Erstens **Transparenz** – wie entstehen KI-Inhalte, welche Daten und Entscheidungen stecken dahinter, wie erkennt man Manipulation? Zweitens **Kompetenz** – wir vermitteln praxisnahes Know-how: vom Formulieren guter Prompts bis zur souveränen Bewertung von Ergebnissen. Drittens **Verantwortung** – kreative Freiheit braucht Leitplanken: Respekt vor Urheber:innen, faire Datennutzung, Diversität statt Bias.

Wir wollen Neugier fördern, nicht polarisieren. Deshalb verbinden wir klare Erklärungen mit Beispielen aus Kultur und Alltag. Außerdem liefern wir Checkpoints für Qualität, Reproduzierbarkeit und ethische Standards.

Unser Ziel: Aus Unsicherheit soll Handlungssicherheit werden – KI wird zum Werkzeug, das menschliche Kreativität stärkt.

INFLUENCER SEIT 1875?

LANDESVERBAND LIPPE x KREATIV.INSTITUT OWL

Vor 150 Jahren war es unvorstellbar, dass Maschinen eines Tages nicht nur arbeiten, sondern auch lernen und verschiedenste Inhalte generieren könnten.

Das Hermannsdenkmal wurde in einer Zeit errichtet, in der die breite Masse Maschinen gerade erst kennenlernte. Die einzige Erwartung an sie war den Menschen körperliche Arbeiten abzunehmen.

Heute ist das anders: Mit künstlicher Intelligenz erstellen Maschinen jetzt Texte, Bilder, Code, Videos und mehr. Mithilfe dieser Systeme konnte eine lippische Ikone in einen ganz neuen Kontext gebracht werden.

Wie der Landesverband Lippe gemeinsam mit uns das Detmolder Hermannsdenkmal in den Social Media Feed und sogar ins Fernsehen bringen konnte - das zeigen wir euch in dieser Ausgabe von KIO WISSEN KOMPAKT.

IN DIESEM HEFT

KI BILDGENERIERUNG
VOM RAUSCHEN ZUM BILD 4

ZWISCHEN WAHRHEIT UND ILLUSION
ALLES NUR FAKE? 16

URHEBERRECHT UND INNOVATION
LIZENZ ZUM TRAINING? 28

KI TOOLS & WORKFLOWS
AUF KNOPFDRUCK KREATIV 38

ZWISCHEN ERINNERUNGS-KULTUR UND POP-IKONE
WITZFIGUR ODER BOTSCHAFTER? 48

GLOSSAR 64

VON PROMPT BIS PRAXIS – IM TEAM 68

Hier geht's zur Kampagnenwebsite: hermann.institute

KI BILDGENERIERUNG

VOM RAUSCHEN ZUM BILD

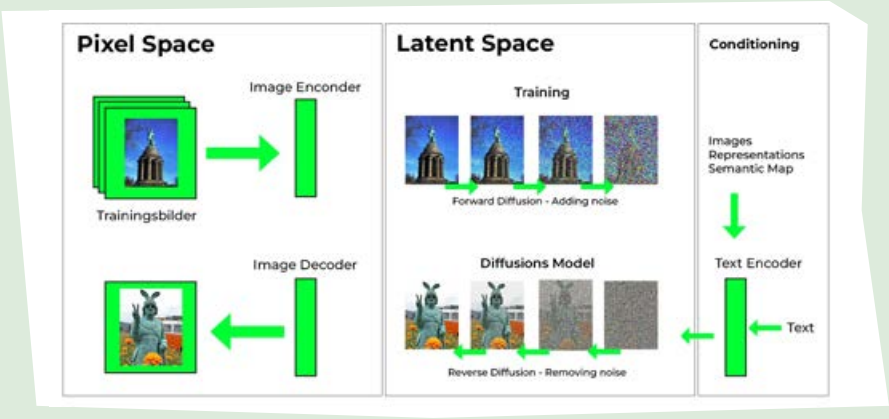
VON NILS KRÖGER UND ANNA-LENA BÜKER

Künstliche Intelligenz (KI) prägt zunehmend kreative Prozesse, insbesondere in der Bildgenerierung. Sie taucht mittlerweile häufig in den sozialen Medien, der Werbung oder in Nachrichten auf, wobei ihre Herkunft oft nicht eindeutig zu erkennen ist. Wer jedoch versteht, wie solche Bilder technisch entstehen, kann ihre Glaubwürdigkeit besser einschätzen und entwickelt ein kritisches Bewusstsein im Umgang mit digitalen Inhalten. Dieses Verständnis ist eine wesentliche Voraussetzung für moderne Medienkompetenz.

DIFFUSIONSMODELLE: DER AKTUELLE STANDARD

Die heute am weitesten verbreitete Methode zur KI-Bildgenerierung basiert auf sogenannten Diffusionsmodellen. Diese Modelle, wie zum Beispiel Stable Diffusion [1], erzeugen Bilder, indem sie ein anfänglich zufälliges Rauschen schrittweise in ein visuell sinnvolles Bild umwandeln. Der Vorgang beginnt mit reinem Rauschen: einem Bild ohne erkennbare Struktur. In mehreren Schritten sagt das Modell bei jedem Durchlauf voraus, welche Bildinformationen sich unter dem Rauschen verbergen, und rekonstruiert so ein zunehmend klareres Bild. Gesteuert wird der Prozess häufig durch einen beschreibenden Text, den sogenannten Prompt. So entstehen nach und nach Konturen, Formen, Texturen und schließlich ein vollständiges Bild.

Dieser Prozess basiert auf einem Training, bei dem das Modell lernt, wie sich Rauschen in Bilder umwandeln lässt. Während des Trainings fügt das System realen Bildern schrittweise Rauschen hinzu und übt, diesen Vorgang rückgängig zu machen. In der Anwendung beginnt es mit Rauschen und rekonstruiert daraus nach und nach ein realistisch wirkendes Bild. Eine Bildreihe veranschaulicht diesen Ablauf und zeigt, wie aus chaotischem Rauschen ein detailreiches KI-Bild entsteht.



Eine vereinfachte Darstellung von Diffusionsmodellen: Beim Trainingsprozess (obere Hälfte) werden Trainingsbildern zunächst Beschreibungen (Text) zugeordnet. Anschließend werden die Bilder in einen abstrakten Raum (Latent Space) übersetzt, in dem ihnen schrittweise Rauschen hinzugefügt wird. Daraus kann das Modell lernen den Prozess in der Bildgenerierung (untere Hälfte) Rückgängig zu machen. Gesteuert von einem Textprompt wird das Bild entrauscht und anschließend wieder aus dem latenten Raum in ein RGB Bild übersetzt.[2]

WIE FUNKTIONIERT DIE TEXT-ZU-BILD-GENERIERUNG MIT DIFFUSIONSMODELLEN?

1. Text Prompt: Der Nutzer gibt eine Beschreibung ein, zum Beispiel: „ice cream, (cute frog:1.1), chocolate syrup sundae, birthday party". Auch Stilrichtungen wie „illustration" oder „oil painting" können angegeben werden. Der Prompt ist die Anweisung an die KI – eine Art Briefing für das gewünschte Bild.

2. CLIP-Modell: Der Text wird durch das CLIP-Modell in numerische Repräsentationen (Embeddings) übersetzt. Diese Zahlen bilden die Bedeutung des Textes ab, also das, was mit den Worten gemeint ist.

3. U-Net: Das U-Net-Modell nutzt diese Informationen, um während der Entrauschung zu entscheiden, welche Bildmerkmale wahrscheinlich sind. Es prüft zum Beispiel, wo Kanten verlaufen, welche Farben zusammengehören oder wie bestimmte Formen aufgebaut sind.

4. Sampling / Denoising: In mehreren Schritten wird das anfängliche Rauschen reduziert. Das Modell orientiert sich dabei an den Informationen aus dem Prompt. So entsteht schrittweise ein immer klareres Bild, wie aus einem Nebel, der sich langsam lichtet.

5. VAE (Variational Autoencoder): Am Ende wird das interne latente Bild durch den VAE in ein sichtbares RGB-Bild umgewandelt. Das Bild wird aus der abstrakten Vorstellung heraus „sichtbar" gemacht und in reale Pixel übersetzt.

WEITERE METHODEN: GANS UND AUTOREGRESSIVE MODELLE

Neben Diffusionsmodellen gibt es weitere Ansätze. Generative Adversarial Networks (GANs) entstehen aus zwei konkurrierenden Netzwerken: Ein Generator erzeugt Bilder, ein Diskriminator beurteilt deren Echtheit [3]. Durch Rückmeldung lernt der Generator, immer überzeugendere Bilder zu erstellen. GANs waren lange der Standard, gelten aber heute als weniger stabil. Ein häufiges Problem ist der sogenannte Modus-Kollaps. Dabei produziert der Generator nur wenige ähnliche Bildvarianten statt vielfältige Ergebnisse.

Autoregressive Modelle generieren Bilder schrittweise, wobei jedes neue Bildelement auf dem bereits vorhandenen aufbaut. Das Bild wird dabei in kleine Abschnitte (Patches) zerlegt, die nacheinander berechnet werden. Die Methode ist vollständig promptbasiert, da alle Entscheidungen auf dem eingegebenen Text beruhen. Neuere Entwicklungen wie ControlAR oder TensorAR zeigen, dass sich autoregressive Modelle heute deutlich flexibler steuern lassen – etwa durch Skizzen, Tiefeninformationen oder gezielte Nachbearbeitung [4] [5]. Dieses Prinzip findet sich auch in modernen Anwendungen wie GPT-4o wieder, das ein autoregressives Bildmodell verwendet [6].

Fotografie war lange das Medium, mit dem die visuelle Wirklichkeit dokumentiert wurde – ein eingefrorener Moment der Realität. KI-generierte Bilder hingegen entstehen nicht aus dem Sichtbaren, sondern aus Daten, Wahrscheinlichkeiten und sprachlichen Beschreibungen. Sie sind keine Abbilder der Welt, sondern Konstruktionen – visuelle Hypothesen darüber, wie etwas aussehen könnte.

Der deutsche Künstler Boris Eldagsen prägte und popularisierte daher im Zusammenhang mit KI-generieten Bildern den Begriff „Promptography/Promptografie", um KI-Bilder klar von klassischer Fotografie abzugrenzen („Photography is writing with light; promptography is writing with prompts.") [7]. Der Begriff wird in Debatten, Interviews und von Eldagsen selbst verwendet, u. a. im Kontext seiner Sony-Award-Ablehnung 2023, mit der er die Kategorisierung von KI-Bildern zur Diskussion stellte.

PROMPTING & LATENT SPACE

Ein Prompt ist eine Texteingabe, mit der man ein KI-Modell dazu auffordert, ein Bild zu erzeugen oder zu verändern. Er ist die zentrale Steuerung: Der Prompt legt fest, was dargestellt wird, wie es aussieht und welche Atmosphäre das Bild vermitteln soll.

Im Hintergrund arbeitet das Modell mit einem sogenannten latenten Raum. Dieser lässt sich als abstrakte Repräsentation des gelernten visuellen Wissens verstehen. Er enthält Informationen über Formen, Farben, Perspektiven, Stile und Zusammenhänge. Der latente Raum ist nicht direkt sichtbar, bestimmt aber maßgeblich, welche Möglichkeiten der KI bei der Bildgenerierung zur Verfügung stehen.

Ein präzise formulierter Prompt hilft dem Modell, sich in diesem Raum zu orientieren und gezielt die Bereiche zu aktivieren, die zum gewünschten Bild führen. Je konkreter und strukturierter die Eingabe, desto wahrscheinlicher ein passendes Ergebnis. Vage Prompts führen hingegen häufiger zu ungenauen oder zufälligen Resultaten.

Kurz gesagt: Der Prompt ist die Sprache, mit der wir mit der KI kommunizieren – und der latente Raum ist das Gedächtnis, in dem sie ihr Wissen über die visuelle Welt gespeichert hat.

MIT SPRACHE BILDER STEUERN

Wie setzt sich aber nun ein Prompt zusammen und wie lässt sich damit eine Bildgenerierungsmodell gezielt steuern?

Zwischen sehr kurzen Anweisungen („Minimalprompts") und detaillierte Anweisungen liegt ein breites Spektrum an Kontrolle: Man kann der KI bewusst großen Freiraum lassen oder das Ergebnis sehr genau vorgeben. Etwas vage formulierte Prompts eignen sich meistens eher für explorative Phasen oder Moodboards, bei denen Vielfalt und überraschende Vorschläge erwünscht sind. Ein guter Bild-Prompt basiert in der Regel auf zwei Ebenen.

1. Kernidee – Was steht im Mittelpunkt des gewünschten Bildes?

2. Kontext – Welche wichtigen Elemente sollen das Bild erhalten? (z.B. Stil, Format, Farben, Referenzen)

So wird der latente Raum gezielt aktiviert. Je klarer der sprachliche Anker, desto gezielter bewegt sich die KI in Richtung des gewünschten Ergebnisses.

Eine bewährte Struktur für die Formulierung eines Promptes lautet z.B.:

[Motiv] + [Komposition] + [Details] + [Hintergrund] + [Medium]+ [Farben] + [Licht] + [Stimmung] + [Stil] + [Format], ergänzt um Negativ-Prompts, Seed und weitere Parameter.

Der Arbeitsprozess bei der Erstellung von KI-Bildern ist sehr iterativ: Zunächst wird die Kernidee formuliert, dann werden erste Ergebnisse generiert, ausgewählt, gezielt verfeinert und abschließend anhand der definierten Ziele überprüft und in der Regel noch weiter z.B. in Bildbearbeitungtools verarbeitet.

Neben der technischen Umsetzung sind auch rechtliche und ethische Aspekte zu beachten (→ Lizenz zum Training, S.28): Urheber-, Marken- und Persönlichkeitsrechte, Datenschutz sowie die Kennzeichnungspflicht für KI-generierte Medien (→ Alles nur Fake?, S.16) spielen gerade bei Personen- und Produktdarstellungen eine zentrale Rolle.

KI-generiertes Bild des Hermannsdenkmals im Burger-Restaurant

Prompt: „kio-hermann statue sitting in a fast food restaurant, holding a burger, wearing his historical armor, bronze statue style, fluorescent lighting, red and yellow interior, cinematic photograph" Modell: Flux [dev] Seed: 546762133477920, Step: 25

WIE KANN ICH KI-GENERIERTE BILDER ERKENNEN?

Trotz technischer Fortschritte zeigen KI-Bilder häufig typische Fehler. Eine Studie von Kamali et al. (2024) teilt diese in fünf Kategorien ein [8]:

Anatomische Fehler: verzerrte Gliedmaßen, überzählige Finger oder unnatürliche Gesichter

Stilistische Artefakte: zu glatte Oberflächen oder gleichmäßige Texturen, oft zu perfekt oder wiederholend

Physikalische Inkonsistenzen: unlogische Schatten, falsche Spiegelungen oder widersprüchliche Lichtquellen

Funktionale Fehler: Objekte in unpassenden Positionen oder mit fehlerhafter Funktion

Kulturelle Fehlinterpretationen: Kleidung oder Gesten, die nicht zum Kontext passen

Solche Fehler entstehen, weil das Modell keine echte Vorstellung von der Welt besitzt. Es basiert auf statistischen Wahrscheinlichkeiten. Kombiniert mit einseitigen Trainingsdaten kann dies zu stereotypen oder verzerrten Darstellungen führen. Auf den Prompt „Arzt" folgt oft das Bild eines älteren weißen Mannes im Kittel. Das liegt nicht an der Neutralität des Begriffs, sondern an der Häufigkeit solcher Darstellungen in den Trainingsdaten. Dieses Phänomen wird als Trainingsbias bezeichnet [12].

Anatomische und stilistische Auffälligkeiten: Trotz realistischer Darstellung wirken Gesichtszüge und Hauttextur ungewöhnlich glatt und gleichmäßig. [9]

Physikalische Inkonsistenzen: Die Spiegelung zeigt nicht die realistische Perspektive oder Haltung des Mannes – ein Hinweis auf KI-Generierung. [10]

Funktionale und anatomische Fehler: Unnatürliche Handhaltung und Fingerstellung beim Essen deuten ebenfalls auf KI-Generierung hin. [11]

AUSBLICK

KI-generierte Bilder werden immer realistischer und lassen sich zunehmend gezielt steuern. Während Diffusionsmodelle aktuell den Standard setzen, zeigen auch autoregressive Ansätze, wie rasant sich die Technologie weiterentwickelt.

Dennoch bleiben typische Fehler und subtile Hinweise erhalten, die KI-generierte Bilder von echten unterscheiden. Zukünftige Entwicklungen könnten diese Unterscheidung immer schwieriger machen. Umso wichtiger wird es, technische Zusammenhänge zu verstehen und die Bildgenerierung kritisch zu hinterfragen. Je informierter wir mit KI umgehen, desto besser gelingt es uns, deren kreative Potenziale zu nutzen, ohne dabei die Risiken aus dem Blick zu verlieren.

5 TAKEAWAYS: WAS DU ÜBER KI-GENERIERTE BILDER WISSEN SOLLTEST

1. KI-Bilder sind immer abhängig von ihren Trainingsdaten
Qualität und Aussagekraft KI-generierter Bilder hängen entscheidend von den Daten ab, mit denen die KI trainiert wurde. Je vielfältiger und ausgewogener diese Trainingsdaten sind, desto realistischer und weniger voreingenommen sind die Ergebnisse.

2. Unterschiedliche KI-Modelle haben spezifische Stärken und Schwächen
Diffusionsmodelle ermöglichen präzise Steuerung und realistische Ergebnisse, sind jedoch rechenintensiv. Autoregressive Modelle sind effizient und promptbasiert, bislang aber weniger flexibel steuerbar – neuere Ansätze verbessern dies jedoch zunehmend.

3. KI-Modelle reproduzieren oft gesellschaftliche Stereotype
Da Trainingsdaten aus vorhandenen Bildern bestehen, verstärken KI-Systeme häufig bestehende Vorurteile oder stereotype Darstellungen – etwa, indem sie bei der Eingabe „Arzt" bevorzugt einen älteren weißen Mann darstellen.

4. Typische Fehler entlarven KI-generierte Bilder
KI-Bilder zeigen trotz realistischer Optik oft subtile Fehler, wie anatomische Verzerrungen, glatte Oberflächen, falsche Schatten oder funktional unpassende Objekte. Solche Merkmale helfen dir, KI-generierte Bilder von echten Bildern zu unterscheiden.

5. Wissen über KI-Bildgenerierung stärkt deine kritische Wahrnehmung
Wer erkennt, wie KI Bilder erzeugt und welche typischen Auffälligkeiten auftreten, betrachtet visuelle Inhalte in sozialen Medien automatisch skeptischer und bewusster. Das schützt vor Manipulation und Falschinformationen im digitalen Alltag.

QUELLEN

abgerufen am 08.08.2025

[1] Stability AI - Stable Image Offizielle Produktseite „Stable Image" von Stability AI. https://stability.ai/stable-image

[2] How Stable Diffusion works, explained for non-technical people Verständliche Erklärung des Stable-Diffusion-Prozesses für Nicht-Techniker:innen. https://medium.com/design-bootcamp/how-stable-diffusion-works-explained-for-non-technical-people-be-6aa674fa1d

[3] Goodfellow, I. et al. (2014): Generative adversarial nets - ArXiv-Paper, das Generative Adversarial Networks (GANs) einführt. https://arxiv.org/abs/1406.2661

[4] Wang, S. et. al. (2024): ControlAR: Controllable Image Generation with Autoregressive Models ArXiv-Paper zu steuerbarer Bildgenerierung mit autoregressiven Modellen (ControlAR). https://arxiv.org/abs/2410.02705v1

[5] Zheng, D. et. al. (2023): TensorAR: Refinement is All You Need in Autoregressive Image Generation - ArXiv-Paper zu TensorAR und verfeinernder autoregressiver Bildgenerierung. https://arxiv.org/abs/2505.16324

[6] OpenAI (2024): Native Image Generation System Card Systemkarte zu OpenAIs nativer Bildgenerierung. https://cdn.openai.com/11998be9-5319-4302-bfbf-1167e093f1fb/Native_Image_Generation_System_Card.pdf

[7] The Art of Digital Prompting: How AI Transforms Words into Visual Worlds Artikel „What is AI Promptography?" von Regia Marinho - https://regia-marinho.medium.com/the-art-of-digital-prompting-how-ai-transforms-words-into-visual-worlds-7c6c7949891d

[8] Kamali, S. et al. (2024): Towards Auditing Image-Generation Models for Hallucinated Objects ArXiv-Paper zur Prüfung von Bildgeneratoren auf halluzinierte Objekte. https://arxiv.org/pdf/2406.08651

[9] 6 Ways to Identify AI-Generated Images (With Examples) Sechs Schlüsselindikatoren zur Erkennung KI-generierter Bilder, inkl. Beispiele. https://endertech.com/blog/6-ways-to-identify-ai-generated-images-with-examples

[10] 5 Telltale Signs That a Photo Is AI-generated Fünf charakteristische Merkmale, die auf KI-generierte Fotos hinweisen. https://insight.kellog.g.northwestern.edu/article/ai-photos-identification

[11] 5 Telltale Signs That a Photo Is AI-generated Fünf charakteristische Merkmale, die auf KI-generierte Fotos hinweisen. https://insight.kellogg.northwestern.edu/article/ai-photos-identification

[12] Zhang, Y. et. al. (2023): Stereotype and Bias Amplification in Generative Image Models - ArXiv-Studie zu Stereotypen und Bias-Verstärkung in generativen Bildmodellen. https://arxiv.org/pdf/2303.11408

ZWISCHEN WAHRHEIT
UND ILLUSION

ALLES NUR FAKE?

VON ANNA-LENA BÜKER

In Zeiten generativer KI verschwimmen Realität und Simulation mehr denn je. Was wir sehen – und auch hören oder lesen – ist längst nicht mehr das, was „wirklich" ist. Täuschend echte Deepfakes, KI-generierte Memes und manipulierte Bilder prägen unsere alltägliche Wahrnehmung der Realität. Mehr denn je müssen wir lernen, Bildern nicht blind zu vertrauen, sondern kritisch, kontextbewusst und reflektiert hinzusehen.

ZWISCHEN WAHRHEIT UND ILLUSION: WARUM WIR BILDERN NOCH IMMER BLIND VERTRAUEN

Wir leben in einer Welt, die vom Visuellen durchdrungen ist. Fotografien, Videos und das Bildliche sind allgegenwärtig, sie begleiten unseren Alltag, ob als Nachrichtenbilder, Social-Media-Posts oder Werbeanzeigen. Und doch: Trotz ihrer Allgegenwart und dem vermeintlichen Bewusstsein ihrer manipulativen Kraft, genießen sie einen gewissen Vertrauensvorschuss, den wir Texten längst abgeschrieben haben [1].

Das Bild gilt vielen noch immer als unmittelbares Abbild der Realität, als objektive Spiegelung des „Wirklichen". Doch dieser Glaube ist trügerisch und war es eigentlich schon immer. Bereits in analogen Zeiten wurden Bilder manipuliert, z.B. zu Propagandazwecken. Aber auch schon die Auswahl des Bildausschnitts, der Moment der Aufnahme, die Perspektive, all das sind bewusste Entscheidungen, die die Realität formen, nicht wirklich abbilden.

Heute jedoch, im modernen Informationszeitalter und durch die disruptiven Entwicklungen rund um künstliche Intelligenz, hat sich die Dimension der digitalen Bildmanipulation nochmal radikal verschoben. Während früher aufwendige chemische Prozesse und tagelange professionelle Retusche nötig waren, reicht heute häufig ein kurzer Textbefehl (Prompt). Text-to-Image-Modelle wie z.B. Midjourney oder Stable Diffusion generieren aus einfachen Prompts in Sekunden realistisch wirkende Bildwelten. Billionen von Webfotos dienen dabei als Rohmaterial, während neuronale Netze lernen Objekte, Texturen, Licht und Komposition so perfekt rekonstruieren, dass oft nicht mehr erkennbar ist, wo Realität endet und Simulation beginnt. [2]

Der französische Medientheoretiker Jean Baudrillard sprach bereits in den 1980er-Jahren von „Simulacra" – Abbildern ohne Ursprung –, die glaubhafter erscheinen als die Realität selbst. Zwar bezog er sich noch nicht explizit auf KI-generierte Bilder, doch seine Theorie der Hyperrealität scheint heute aktueller denn je. Denn KI-Bilder „sehen" oft wahrer aus als jene Fotografie – obwohl sie nie ein Lichtstrahl berührt hat [3].

> **Generative KI wird hier zum Meister der Nachahmung unserer medialisierten Wirklichkeit.**

Generiert, nicht fotografiert. Diese Bilder wurden mithilfe einer Text-to-Image-KI (Midjourney) erstellt und zeigen, wie nah künstliche Simulation heute an visuelle Wirklichkeit heranreicht.

Und doch scheint unser Vertrauen in das Bildliche ungebrochen. In einer Welt, in der Täuschung so mühelos geworden ist, halten wir weiterhin an der Illusion fest, dass Bilder mehr Wahrheit zeigen als Worte. Vielleicht, weil wir dem Schein des Visuellen mehr glauben wollen als der anstrengenden Komplexität der Wirklichkeit.

WARUM WIR DEM SCHEIN VERFALLEN

Die Faszination für Bilder, und unser instinktives Vertrauen in sie, ist kein Zufall. Unser Gehirn ist, wenn man so will, ein naiver Realist: Es geht ganz selbstverständlich davon aus, dass das, was wir sehen, auch wirklich so ist. Diese Grundannahme entspringt keiner Schwäche, sondern einem evolutionären Vorteil. Unsere visuelle Wahrnehmung ist auf Geschwindigkeit optimiert, nicht auf Skepsis.

Statt jede visuelle Information zu hinterfragen, greifen wir auf kognitive Shortcuts zurück. Genau diese machen uns eben auch anfällig für die visuelle Überzeugungskraft von u. a. KI-generierten Bildern: Zum Beispiel der Mere-Exposure-Effekt und der Source-Monitoring-Error.

Der Mere-Exposure-Effekt, beschrieben vom Sozialpsychologen Robert Zajonc im Jahr 1968, besagt: Was wir häufig sehen, erscheint uns vertrauter und Vertrautheit verwechseln wir schnell mit Wahrheit. In sozialen Medien führt das dazu, dass KI-generierte Gesichter, die uns immer wieder begegnen, irgendwann „echt" wirken – nicht, weil wir sie überprüft haben, sondern weil sie sich bekannt anfühlen. [4] [5]

Der zweite Mechanismus, der sogenannte Source-Monitoring-Error, wurde von der Kognitionspsychologin Marcia K. Johnson in den 1990er-Jahren untersucht. Er beschreibt unsere Schwierigkeit, im Nachhinein korrekt zu erinnern, woher eine Information stammt: aus eigener Erfahrung, Erzählung oder Medien. Besonders bei Bildern verschwimmt diese Quelle oft: Haben wir das selbst erlebt? Oder nur gesehen, in einem Feed, einem Video, einem Post? [6]

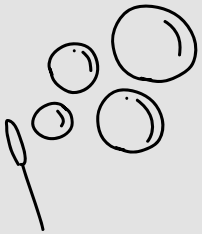
Beide Effekte treffen im digitalen Raum mit voller Wucht aufeinander: Wiederholung erzeugt Vertrautheit, Vertrautheit erzeugt Glauben – und unsere Erinnerung ist anfälliger, je flüchtiger der Kontext ist. Mit KI-Bildern werden diese kognitiven Abkürzungen gezielt ausgenutzt: Sie wirken plausibel, weil sie genau an jene Stellen im Gedächtnis andocken, wo Unschärfe herrscht – emotional, wiederholt, vertraut. Und das macht sie gefährlich überzeugend.

Ein Paradebeispiel für diese Mechanismen ist das KI-Bild von Papst Franziskus im weißen Daunenmantel, das im März 2023 viral ging. Innerhalb weniger Stunden glaubten Millionen, ein lässiges Straßenfoto des Papstes zu sehen, scheinbar aufgenommen mit einem Smartphone. Dass das Bild komplett synthetisch war, erkannten viele erst später, wenn überhaupt. Die Kombination aus emotionalem Gehalt, visueller Plausibilität und vertrauter Ästhetik reichte aus, um das kritische Denken zu umgehen. (Bild links: Twitter / @skyferrori, Bild rechts: KreativInstitut.OWL)

Wir glauben manchmal, die Welt sei so, wie wir sie wahrnehmen und blenden aus, dass Wahrnehmung stets selektiv und subjektiv ist. Einige Anwender:innen von künstlicher Intelligenz machen sich diese kognitive Verzerrung zunutze: Denn mit KI können Bilder erzeugt werden, die nicht nur realistisch aussehen, sondern sich auch real „anfühlen". Und sobald Emotionen ins Spiel kommen – ob Überraschung, Empörung oder Freude übernimmt das schnelle, intuitive Denken, das Daniel Kahneman als System 1 beschreibt. Das langsame, analytische Denken (System 2) hingegen schaltet sich oft zu spät ein – oder gar nicht. [7]

Das eigentliche Problem liegt also nicht primär in der Technologie, sondern in unserer Reaktion und Verarbeitung darauf und wie die Anwender von KI-Tools sich dieser Fähigkeiten zu eigen machen. KI-generierte Bilder sind u. a. so wirkungsmächtig, weil wir sie (manchmal) so bereitwillig akzeptieren.

FRAMES, FAKES UND FILTERBLASEN



Künstliche Intelligenz ist nicht von sich aus manipulativ, auch wenn das durch die Medien und deren Framing häufig suggeriert wird. Doch in den Händen derer, die sie strategisch einsetzen, wird sie zum Werkzeug machtvoller Inszenierung. Denn KI-Bilder sind längst nicht nur noch „Fakes" – sie sind Narrative-Booster, die gezielt auf Emotionen, Erwartungen und kollektive Deutungsmuster zielen. Sie funktionieren nicht isoliert, sondern eingebettet in politische, kulturelle und mediale Kontexte. Und genau darin liegt ihr Einfluss.

Ein brennendes Parlament, eine dramatische Verhaftung, ein angeblicher Kriegsschauplatz – synthetische Motive wirken, weil sie Narrative visuell verdichten, bevor die Fakten überhaupt Fuß fassen können. Diese Form der visuellen Desinformation wird auch Memetic Warfare genannt: Memes sind, wenn man so will, visuelle Granaten – sie schlagen ein, bevor Fakten greifen können. [8][9]

Ein Beispiel: Im März 2023 kursierten täuschend echte Bilder von Donald Trumps angeblicher Verhaftung, erstellt mit dem KI-Tool Midjourney. [10] Binnen Stunden gingen sie viral, geteilt von Gegner:innen wie Unterstützer:innen. Obwohl frei erfunden, wirkten sie visuell plausibel und emotional stark – und dienten so als Projektionsfläche in einem aufgeheizten politischen Klima.

Laut Analysen von Sensity AI und der Konrad-Adenauer-Stiftung nehmen politische Deepfakes in Wahljahren deutlich zu. Nicht nur, weil die Technologie besser wird, sondern weil sie gezielt eingesetzt wird, um Meinungen zu beeinflussen und Deutungshoheit zu gewinnen. [11][12]

EINFLUSS DER SOZIALEN MEDIEN

Verstärkt wird diese Wirkung durch die Funktionsweise sozialer Medien. Plattformen wie TikTok, Instagram oder X operieren nach einem simplen Prinzip: Aufmerksamkeit zählt mehr als Wahrheit.

Die Dynamik sozialer Medien verstärkt diesen Effekt auf mehreren Ebenen. Das hohe Tempo des digitalen Bildkonsums – Scrollen, Swipen, Weiterklicken – lässt kaum Raum für Einordnung. Unsere Aufmerksamkeit wird fragmentiert, Inhalte fluten im Sekundentakt durch unsere Feeds. Inmitten von TikTok-Loops, Insta-Stories und Doomscrolling verschmelzen Original und Fälschung zu einer neuen Ästhetik des Glaubhaften.

Gleichzeitig filtern algorithmische Systeme vor, nicht nach Wahrheitsgehalt, sondern nach emotionaler Relevanz. Was wütend, empört oder ergriffen macht, wird bevorzugt ausgespielt. So entstehen digitale Filterblasen die nicht nur selektieren, was sichtbar wird, sondern auch, wie wir es wahrnehmen. Die Wiederholung verstärkt den Effekt: Vertrautheit fühlt sich richtig an – auch wenn der Inhalt falsch ist.

Das Problem liegt also weniger in den KI-generierten Erzeugnissen selbst als in dem gesellschaftlichen und medialen Umfeld, in dem sie entstehen und wirken. In einer Medienlogik, die Emotion über Information stellt. In einem Wahrnehmungssystem, das auf Geschwindigkeit statt Skepsis optimiert ist. Und in einem digitalen Ökosystem, das Wahrheit nicht belohnt, sondern eher virale Reichweite. KI ist per se erstmal neutral – doch sie lernt aus Daten, die alles andere als neutral sind.

BIAS – WESSEN WELT ZEIGT DIE KI?

Künstliche Intelligenz reproduziert nicht nur Vorhandenes – sie reproduziert die digitale Voreingenommenheit, wie sie im Internet millionenfach dokumentiert ist. Und damit oft auch: das Unsichtbare. Was nicht in den Trainingsdaten auftaucht, wird nicht gezeigt oder verzerrt wiedergegeben. So entscheiden letztlich jene, die die Datenbasis kuratieren, darüber, welche Wirklichkeiten sichtbar werden und welche weiterhin ausgeblendet bleiben. Denn was sichtbar wird, hängt immer auch davon ab, wer die KI trainiert hat, mit welchen Datensätzen und auch Absichten. Das Bias (Verzerrung) in KI-Systemen erklärt, warum der Prompt „CEO" meist weiße Männer generiert oder der Begriff „Held" bevorzugt männlich erscheint.

TRANSPARENZ DURCH LABELING

Mit dem im Frühjahr 2024 verabschiedeten EU AI Act wurde erstmals eine umfassende gesetzliche Grundlage für den Umgang mit künstlicher Intelligenz geschaffen. Eine der zentralen Regelungen: KI-generierte Inhalte müssen in bestimmten Kontexten klar gekennzeichnet werden, etwa wenn es sich um synthetische Bilder, Stimmen oder Videos handelt, die potenziell täuschen oder manipulieren können. [13]

Parallel dazu entstehen privatwirtschaftliche Standards wie die Content Credentials Initiative (u. a. entwickelt von Adobe und Microsoft). Sie setzt auf technische Transparenz: Metadaten zu Ursprung, Bearbeitung und KI-Einsatz werden direkt in die Dateien eingebettet – ein digitaler Herkunftsnachweis, der idealerweise auch beim Teilen über soziale Netzwerke erhalten bleibt. [14]

Doch bis solche Systeme flächendeckend greifen und verpflichtend implementiert sind, liegt die Verantwortung weiterhin bei den Ersteller:innen selbst. Einheitliche, plattformübergreifende Standards fehlen bislang. Besonders in sozialen Medien hängt es häufig von der freiwilligen Initiative Einzelner ab, sichtbar zu machen, wo KI im Spiel war und in welcher Form. Ein durchgängiger Kennzeichnungsstandard wäre dabei nicht nur rechtlich sinnvoll, sondern auch kulturell relevant: Er würde die mediale Lesbarkeit von Bildern erhöhen und zugleich Vertrauen in den bewussten Umgang mit KI stärken.

Gleichzeitig zeigt eine Analyse der Mozilla Foundation (März 2024), dass bestehende Kennzeichnungsinstrumente wie Wasserzeichen, Labels oder Metadaten leicht manipulierbar, nicht sichtbar oder nicht konsistent anwendbar seien. Selbst dort, wo Labels existieren, würden sie von Nutzer:innen oft übersehen oder beim Teilen entfernt. Mozilla kommt daher zu einem klaren Fazit: Weder rechtliche noch technische Maßnahmen allein reichen aus. Um KI-Inhalte wirksam erkennbar zu machen, brauche es eine Kombination aus technischer Infrastruktur, verbindlicher Regulierung und breiter gesellschaftlicher Medienbildung. Nur durch diesen Dreiklang könne langfristig Vertrauen und Transparenz im digitalen Raum entstehen. [15]

Auch im Rahmen unserer Kampagne setzen wir auf eine transparente Kennzeichnung. Zwar lässt sich meist erahnen, dass es sich um einen KI-generierten „Hermann" handelt – dennoch weisen wir explizit darauf hin, um einen transparenten Umgang mit synthetischen Inhalten zu fördern.

Dazu haben wir zwei Kennzeichnungs-Typen eingeführt: „KI-generiert" und „KI-assistiert". So unterscheiden wir klar zwischen vollständig synthetischen Bildern und solchen, die durch menschliche Gestaltung ergänzt oder in Teilen erstellt wurden – etwa in Videos oder Animationen.

KI-generiert

KI-assistiert

ZWISCHEN PIXEL UND VERANTWORTUNG

Im Zeitalter generativer KI konkurrieren Bilder in gewisser Weise mit der Realität selbst: Je überzeugender synthetisch erzeugte Motive ausfallen, desto rascher schwindet unser Vertrauen in das scheinbar Echte – während wir dem Künstlichen, vor allem im digitalen Raum, erstaunlich oft bereitwillig Glauben schenken. Was bedeutet das für unsere Wahrnehmung von Wahrheit? Und welchen Einfluss hat das auf eine zunehmend digitalisierte Gesellschaft? Diese Fragen verlangen nach klaren Antworten und nach einem noch bewussteren Umgang mit Bildern.

Denn: Nur Hinschauen genügt nicht mehr. Wir brauchen einen erweiterten Blick: einen, der skeptisch, datenkundig und reflektiert ist. Dieser Blick beginnt mit der Herkunftsfrage: „Woher kommt dieses Bild?" und erst danach folgt die Wirkungsfrage: „Was macht es mit mir?". In einer Welt der simulierten Realitäten reicht es nicht mehr aus, bloß Augenzeug:in zu sein. Wir müssen Datenzeug:innen werden. Das heißt: Jede (Bild-)Datei auf Kontext, Entstehungsbedingungen und Intention zu prüfen, anstatt sie reflexhaft zu glauben oder weiterzuleiten. Medienkompetenz wird damit zu einer der entscheidenden Zukunftsfähigkeiten des 21. Jahrhunderts.

> **Augenzeug:in zu sein reicht nicht mehr; wir müssen Datenzeug:innen werden. Das bedeutet: jede (Bild-) Datei auf Herkunft, Kontext und Intention prüfen, statt sie reflexhaft zu glauben oder weiterzuleiten.**

Die Debatte über KI-Bilder, wie sie etwa im Artikel „Der Papst im Puffmantel ist kein Untergangsprophet" formuliert wird, zeigt, dass wir als Gesellschaft durchaus in der Lage sind, ein neues Verhältnis zum Bild zu entwickeln. Synthetische Bilder wirken wie ein Stresstest für unsere Wahrnehmung, aber eben auch als Lernimpuls. Vielleicht müssen wir in Zukunft nicht weniger, sondern besser hinsehen. [16]

5 TAKEAWAYS: SO GELINGT EIN VERANTWORTUNGSVOLLER UMGANG MIT KI-BILDERN

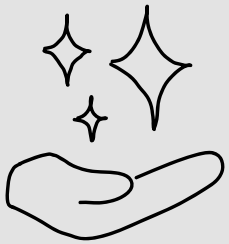
1. Visuelle Skepsis
Visuelle Inhalte, besonders bei politischen Themen, sollten nie unkritisch geglaubt werden. Immer Quelle, Kontext und Absender prüfen.

2. Bildrückwärtssuche nutzen
Tools wie Google Lens oder TinEye helfen, die Herkunft eines Bildes zu überprüfen.

3. Transparenz zeigen
KI-generierte Inhalte sollten immer klar gekennzeichnet werden z. B. mit Labels wie „KI-generiert" oder „KI-assistiert". Wer sichtbar macht, was synthetisch ist, übernimmt Verantwortung.

4. Nicht einfach weiterleiten
Teilen heißt prüfen: Erst verifizieren, dann posten oder im Zweifel lieber lassen. Verdächtige Inhalte lassen sich auch direkt melden.

5. Wissen weitergeben
Hilf mit, andere für KI-Risiken zu sensibilisieren – zum Beispiel mit gut belegten Faktenchecks.



QUELLEN

abgerufen am 29.07.2025

[1] Die Bilder lügen nicht - Essay des Deutschen Kulturrats zur Geschichte und Wirkung von Fotomanipulation - https://www.kulturrat.de/themen/fotografie/die-bilder-luegen-nicht/

[2] Das Spiegelkabinett der KI - Analyse von The Future Project zur Glaubwürdigkeit synthetischer Bilder https://thefutureproject.de/content/das-spiegelkabinett-der-ki/

[3] Vergangene Küsse - Baudrillard und KI Essay über Hyperrealität und algorithmische Bildproduktion - https://21-million-lights.de/vergangene-kuesse-baudrillard-und-ki/

[4] Zajonc, R. B. (1968): Attitudinal Effects of Mere Exposure - Originalstudie zum Mere-Exposure-Effekt - https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2Fh0025848

[5] Spektrum Lexikon: Mere-Exposure-Effekt - Psychologischer Eintrag zur Wirkung wiederholter Reize - https://www.spektrum.de/lexikon/psychologie/mere-exposure-effekt/9583

[6] Johnson et al. (1993): Source Monitoring Studie über fehlerhafte Erinnerung an Quellen - https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2F0033-2909.114.1.3

[7] Daniel Kahneman (2014): Schnelles Denken, langsames Denken Grundlagenwerk zur kognitiven Urteilsbildung

[8) Donovan, Joan (2021): Memetic Warfare Medientheoretische Einordnung von Bildnarrativen https://d-nb.info/1251161472/34

[9] Tagesspiegel Background: Memetic Warfare - Überblick über visuelle Desinformation im Netz → https://background.tagesspiegel.de/digitalisierung-und-ki/briefing/memetic-warfare-sind-wir-bereit-fuer-dieses-schlachtfeld

[10] Der KI-Papst in Daunenmantel sollte eine Warnung sein Kommentar bei Heise zur viralen Bildwirkung - https://www.heise.de/hintergrund/Der-KI-Papst-in-Daunenmantel-sollte-eine-Warnung-sein-8146920.html

[11] Sensity Al - Visual Threat Intelligence zur Verbreitung und Detektion von Deepfakes https://sensity.ai

[12] Konrad-Adenauer-Stiftung: KI und Wahlen - Studie zu synthetischen Inhalten im demokratischen Prozess - https://www.kas.de/documents/d/guest/ki-und-wahlen-1

[13] EU Al Act (Artikel 50)| Gesetzestext zur Kennzeichnungspflicht für Kl-generierte Inhalte - https://artificialintelligenceact.eu/de/article/50/

[14] Content Credentials Initiative Branchenübergreifender Standard für digitale Herkunftsnachweise https://contentcredentials.org/

[15] Mozilla Foundation (2024): Watermarking & Content Labeling - Bericht über Wirksamkeit von KI-Kennzeichnung https://www.mozillafoundation.org/de/blog/mozilla-research-watermarking-content-labeling-struggle-to-effectively-distinguish-ai-generated-content/

[16] Der Papst im Puffmantel ist kein Untergangsprophet - Essay im Philosophie Magazin über Bildwahrnehmung im KI-Zeitalter - https://www.philomag.de/artikel/der-papst-im-puffmantel-ist-kein-untergangsprophet

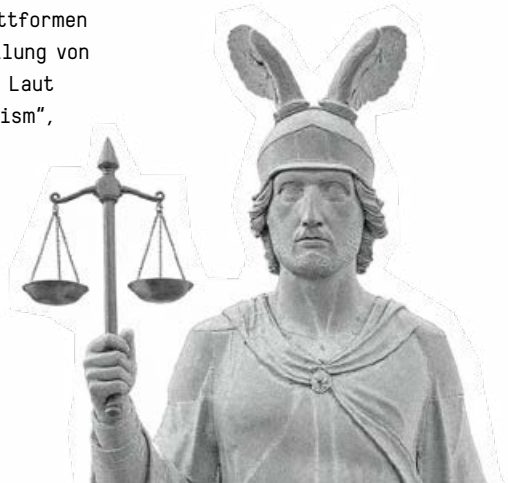
LIZENZ ZUM TRAINING?

VON KIM SALSCHEIDER

Ob ein Gorilla als Food-Blogger, das Hermannsdenkmal als Urlaubs-Influencer oder der Familienhund im unverkennbaren Disney-Stil: Generative KI macht längst möglich, was einst Designer:innen vorbehalten war. Was wie Magie aussieht, basiert auf einer urheberrechtlichen Grauzone – mit echten Konsequenzen. Denn hinter der kreativen Leichtigkeit verbirgt sich ein vermeintlicher Datenklau: Millionen geschützter Bilder und Stile wurden verwendet – ohne Einverständnis der Urheber:innen. Die Debatte um Fairness, Urheberrecht und digitale Verantwortung hat gerade erst begonnen.

WIE FAIR IST GENERATIVE KÜNSTLICHE INTELLIGENZ?

Zwischen einer Idee und ihrem Ergebnis steht ein einzelner Text-Prompt, der das einstige Handwerk in beeindruckender Geschwindigkeit digital ausübt – eine Innovation, die nicht unumstritten ist. Aufgrund einer Vielzahl von Generierungen geschützter Disney-Inhalte geht der Giga-Konzern nun gegen Midjourney, eine der größten Plattformen generativer KI, vor. Der Vorwurf lautet: die Erstellung von Plagiaten geschützter Inhalte in unzähliger Menge. Laut Disney sei Midjourney „a bottomless pit of plagiarism", also eine endlose Ansammlung von Plagiaten. [1]



EIN FALL FÜR DAS URHEBERRECHT: DISNEY REICHT KLAGE GEGEN MIDJOURNEY EIN

Der juristische Vorstoß von Disney kommt nicht überraschend. Seitdem die Bildgenerierung breiten Anklang findet, stellt sich besonders die Kreativbranche bei der Nutzung von generativer KI quer. Der Grund dafür ist, dass für das Training solcher Modelle frei zugängliche Daten ohne Lizenzen genutzt werden. Das wiederum bedeutet: Wenn der Trainingsdatensatz einer KI aus genügend Materialien eines Künstlers besteht, ist es möglich, den individuellen Zeichenstil zu adaptieren und vom Bildgenerator erzeugen zu lassen. Ein bekanntes Beispiel ist das japanische Zeichentrickfilmstudio Ghibli, dessen Zeichenstil unzählige Male auf Social-Media-Plattformen kopiert wurde. Wer oder was würde einen nun noch daran hindern, ein eigenes Buch oder gar einen gesamten Animationsfilm im Ghibli-Stil herauszubringen? Rechtlich gibt es dafür Hürden: Denn die Inhalte sind lizenziert und somit von den Urhebern geschützt.

Das Urheberrecht verhindert die Nutzung und Vermarktung geschützter Inhalte, indem es – wie ein visuelles Patent – den Urheber vor dem Diebstahl geistigen Eigentums bewahrt. Aber hindert das Urheberrecht auch die generative KI daran, solche Inhalte zu produzieren?

UNITED STATES DISTRICT COURT
CENTRAL DISTRICT OF CALIFORNIA

DISNEY ENTERPRISES, INC., a Delaware corporation; MARVEL CHARACTERS, INC., a Delaware corporation; MVL FILM FINANCE LLC, a Delaware limited liability company; LUCASFILM LTD. LLC, a California limited liability company; TWENTIETH CENTURY FOX FILM CORPORATION, a Delaware corporation; UNIVERSAL CITY STUDIOS PRODUCTIONS LLLP, a Delaware limited liability limited partnership; and DREAMWORKS ANIMATION L.L.C., a Delaware limited liability company,	Case No. 25-5275 **COMPLAINT FOR DIRECT COPYRIGHT INFRINGEMENT AND SECONDARY COPYRIGHT INFRINGEMENT; DEMAND FOR JURY TRIAL**

Offizielle Anklageschrift, die Disney in Kooperation mit vielen anderen Studios gemeinschaftlich gegen Midjourney eingereicht hat. [2]

Heutzutage noch nicht – und genau hier setzen Disneys Vorwürfe an. Laut der öffentlichen Klage von Disney ist Midjourney in der Lage, hochaufgelöste Kopien der lizenzierten Charaktere zu erstellen. Es handele sich bei den Erzeugnissen von Bildgeneratoren wie Midjourney um Produktpiraterie, bei der es keinen Unterschied mache, ob Plagiate von KI-Modellen oder Menschen erstellt würden, argumentiert Horacio Gutierrez, Chief Legal Officer bei Disney.[3]

Vergleich aus der offiziellen Klage von Disney: Links ist ein von Midjourney generiertes Bild von Yoda, rechts ist der Originalcharakter des Disney-Studios. [2]

Zwar dürfe man sich laut Urheberrecht an Konzepten fremder Künstler:innen bedienen, jedoch müsse ein kreativer Mehrwert geschaffen werden – diesen sieht Disney bei Bildgeneratoren nicht. Vielmehr werde versucht, lizenzierte Figuren, Charaktere oder Umgebungen in anderen Szenerien zu generieren [4] – „bestenfalls" sogar ohne Abwandlung des Originalinhalts.

WENN FILTER VERSAGEN

Doch könnte nicht einfach ein Filter eingebaut werden, mit dem die Reproduktion lizenzierter Inhalte wirksam unterbunden wird? Das wird bereits von vielen Bildgenerierungsanbietern umgesetzt – und dennoch existieren unzählige „Plagiatsgenerierungen". Das hängt mit der grundlegenden Funktionsweise neuronaler Netzwerke zusammen: Filter können zwar oft erkennen, wenn ein Prompt möglicherweise urheberrechtlich geschützte Inhalte anspricht. Das zugrunde liegende KI-Modell bleibt jedoch durch sein Training geprägt. Ein Bildgenerator kann nur auf das zurückgreifen, was er in seinen Trainingsdaten gelernt hat.

Waren diese Daten reich an Disney-Bildern, wird die KI, selbst bei gesperrten Begriffen, dazu tendieren, Mickey & Co. stilistisch nachzuahmen. Denn neutrale Eingaben können bei der Modell-Generierung auch implizit entsprechende Assoziationen aktivieren. In diesem Sinne beeinflusst der eingegebene Prompt nicht die Trainingsdaten selbst, sondern ruft lediglich das ab, was während des Trainings statistisch verinnerlicht wurde.

Prompt: „A friendly cartoon-style mouse character standing in front of a grand fairytale castle. The mouse has large black round ears, a cheerful smile, and is wearing classic white gloves. The scene is bright and colorful, drawn in a classic 2D animation style with clear outlines and vibrant colors. The overall mood is joyful and playful, like a scene from a vintage cartoon."

Mit FluxDev (Black Forest Labs) generiertes Bild. Obwohl die Hose und die Schuhe nicht Teil des Prompts sind, erinnern sie in Stil und Farbe deutlich an Mickey Mouse.

Übersetzt in die Praxis: Natürlich kann ein Prompt mit dem Begriff „Mickey Mouse" gesperrt werden. Verbindet die KI allerdings „Maus" grundsätzlich mit der visuellen „Mickey Mouse", weil sie mit Disney-Bildern auf dieses Wort trainiert wurde, wird sie immer wieder den Disney-Charakter generieren – im Glauben, sie generiere eine gewöhnliche Maus. Die Problematik herrscht also nicht nur auf der Anwender:innen seite, sondern vor allem im Hinblick auf die vorhandenen Trainingsdaten.

Die einzige Möglichkeit, eine Plagiatsgenerierung zu vermeiden, ist, die KI ausschließlich mit lizenzfreiem Material zu trainieren – anstatt ihr sämtliche frei zugänglichen Daten des gesamten Internets bereitzustellen. [5]

MOONVALLEY ZEIGT: KI-TRAINING GEHT AUCH SAUBER

KI-Tech-Giganten wie OpenAI (ChatGPT) sind sich der Urheberrechtsproblematik in ihren Trainingsdaten bewusst, setzen aber darauf, dass das Urheberrecht ein KI-Training mit öffentlichen, geschützten Daten nicht explizit abdecke – und deshalb legal sei. Zudem bezogen sie in einem Anhörungsverfahren gegenüber dem UK House of Lords Stellung, indem sie argumentierten:

> (…) it would be impossible to train today's leading AI models without using copyrighted materials. - OpenAI [6]

Ein neues Start-up mit dem Namen Moonvalley widerspricht mit seiner neuesten Veröffentlichung „Marey". Marey ist ein KI-Videogenerierungsmodell, das ausschließlich mit lizenzierten Daten trainiert wurde.

Die Entwickler bewerben das Tool als das erste kommerziell sichere Video-Modell weltweit, das ohne die Hilfe von frei zugänglichen (und möglicherweise geschützten) Daten auskommt. Marey produziert hochqualitative, cinematische Inhalte und wurde für die professionelle Filmproduktion entwickelt. [7]

> Marey is the world's first commercially safe video model. Trained only on licensed, high-resolution footage. No scraped content. No user submissions. No legal gray zones.

Das Hermannsdenkmal in verschiedenen Wettersituationen: Generiert mit Marey von Moonvalley (First-Frame/Last-Frame & Extension). Die Ausgangsbilder wurden auf Basis von realen Drohnenaufnahmen mit Flux Kontext verändert.

Das Hermannsdenkmal in verschiedenen Wettersituationen: Generiert mit Marey von Moonvalley (First-Frame/Last-Frame & Extension). Die Ausgangsbilder wurden auf Basis von realen Drohnenaufnahmen mit Flux Kontext verändert.

Zu den Giganten der KI-Konzerne gibt es also bereits Alternativen, die das Urheberrecht berücksichtigen und sich dabei nicht in der Leistungsfähigkeit ihrer KI-Modelle einschränken lassen. Sie verhindern bereits durch ihr lizenziertes Training mögliche Urheberrechtsverletzungen – denn was das Modell nicht kennt, kann es nicht kopieren.

DIE RECHTLICHE LAGE IN DEUTSCHLAND UND EUROPA

Dazu hat das Bundesministerium der Justiz ein Dokument veröffentlicht, das Antworten auf Fragen rund um KI und Urheberrecht liefern soll. [8] Grundsätzlich gilt: Auch bei KI-generierten Werken sind die europäischen Regelungen zum Urheberrecht zu beachten. Es ist jedoch zu unterscheiden, ob geschützte Inhalte für das Training von KI-Anwendungen verwendet werden oder das generierte Material einer KI-Anwendung zum Einsatz kommt:

Trainingsdaten: Inhalte, die für das Training verwendet werden, müssen rechtlich dafür freigegeben sein. Aktuell gilt eine Widerspruchsregelung („Opt-out"): Rechteinhaber:innen können auf ihrer Website erklären, dass ihre Inhalte nicht für KI-Trainingszwecke verwendet werden dürfen.

Generierte Inhalte: Werden durch eine KI Inhalte erzeugt, die auf geschützten Daten basieren und erkennbare Elemente bestehender Werke enthalten, können daraus rechtliche Ansprüche entstehen. Um Urheberrechtsverletzungen auszuschließen, müsste in solchen Fällen vorab eine Erlaubnis eingeholt werden.

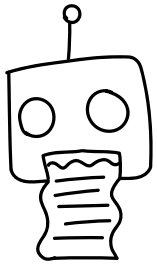
Inwieweit einzelne Bildelemente durch das Urheberrecht geschützt sind, muss jeweils im Einzelfall geprüft werden. Anders sieht es bei vollständig KI-generierten Inhalten wie bei Moonvalley aus. Hier werden Videos ausschließlich auf Grundlage erlaubter Materialien erzeugt. Solche Ergebnisse fallen nicht unter das klassische Urheberrecht, da kein bestehendes Werk kopiert oder verletzt wird. Kreativschaffende sind bei der Nutzung solcher legaler Bildgenerierungstools also juristisch abgesichert. In der Praxis heißt das: Anbieter, die innerhalb der EU ansässig sind und sogenannte „General Purpose AI"-Modelle trainieren, müssen eine klare Unternehmensstrategie zur Einhaltung des europäischen Urheberrechts nachweisen – einschließlich einer offenen Dokumentation der verwendeten Trainingsdaten. [9] So sieht es derzeit der EU AI Act vor, der für eine Regulierung in der Benutzung von KI eintritt.

Ob Disney, Ghibli oder freie Künstler:innen – das Urheberrecht schützt kreative Leistungen. Generative KI verändert, wie wir zukünftig Inhalte erschaffen – doch der rechtliche Rahmen muss mitwachsen. Bis dahin bleibt entscheidend:

Wer mit KI arbeitet, muss wissen, womit sie trainiert wurde.

KUNST, KULTUR, GESELLSCHAFT: ZWISCHEN FORTSCHRITT UND VERLUST

Die rechtliche Diskussion rund um generative KI verdeckt oft, was für viele Kreativschaffende längst spürbar ist: eine wachsende Verunsicherung über die eigene berufliche Zukunft. Wenn Maschinen auf Knopfdruck Texte, Bilder oder Musik im Stil realer Künstler:innen erzeugen – oft basierend auf genau jenen Werken, die diese einst veröffentlicht haben – stellt sich eine grundlegende Frage: Wie kann kreative Arbeit im digitalen Zeitalter noch geschützt, gewürdigt und fair entlohnt werden? Für viele freischaffende Illustratorinnen, Autorinnen oder Designer:innen geht es dabei nicht nur um Lizenzen, sondern um Anerkennung, Wertschätzung und wirtschaftliche Existenz. Wenn künstlerische Stile zu reinen Datenpunkten werden, droht kreative Leistung entmenschlicht zu werden – reduziert auf ein austauschbares Produkt unter Millionen automatisch erzeugter Varianten, eine Homogenisierung des künstlerischen Schaffens.



HOMOGENISIERUNG DER KUNST

Wenn viele generative Werke auf denselben Trainingsdaten basieren, verlieren neue Künstler:innen ihre Unverwechselbarkeit – der Stil wird zur austauschbaren Fläche. Die Folge: Eine kulturelle Einöde statt künstlerischer Vielfalt.

Deshalb ist es nicht nur juristisch notwendig, die Nutzung von Trainingsdaten transparent und fair zu regeln – sondern auch eine kulturelle Aufgabe. Als Gesellschaft müssen wir entscheiden, wie wir kreative Arbeit im Zeitalter der Maschinen schützen, sichtbar machen und fördern wollen. Denn wer morgen noch Neues schaffen soll, braucht heute vor allem Schutz, Sichtbarkeit und Vertrauen.

QUELLEN

abgerufen am 01.08.2025

[1] Reuters - Disney, Universal sue image creator Midjourney for copyright infringement - Bericht über die Klage der Filmstudios wegen Urheberrechtsverletzung (11. Juni 2025) https://www.reuters.com/business/media-telecom/disney-universal-sue-image-creator-midjourney-copyright-infringement-2025-06-11

[2] United States District Court - Disney & NBCUniversal v. Midjourney Originaltext der Klageschrift vom 11. Juni 2025 (PDF) https://variety.com/wp-content/uploads/2025/06/Disney-NBCU-v-Midjourney.pdf

[3] The Guardian - ‚Impossible' to create AI tools like ChatGPT without copyrighted material, OpenAI says Bericht zur OpenAI-Aussage über Trainingsdaten (Januar 2024) https://www.theguardian.com/technology/2024/jan/08/ai-tools-chatgpt-copyrighted-material-openai?utm_source=chatgpt.com

[4] Euronews - OpenAI says it's ‚impossible' to train AI without copyrighted materials - Artikel von Lauren Chadwick, 01. September 2024 https://www.euronews.com/next/2024/01/09/openai-says-its-impossible-to-train-ai-without-copyrighted-materials?utm_source=chatgpt.com

[5] Reason Magazine - Don't Let Disney Monopolize A.I.-Generated Art Kommentar von Jon Stokes über kreative Freiheit (19. Jan. 2023) https://reason.com/2023/01/19/dont-let-disney-monopolize-a-i-generated-art/

[6] Independent - OpenAI says it is ‚impossible' to train AI without using copyrighted works for Beitrag von Vishwam Sankaran, 09. Januar 2024 - https://www.independent.co.uk/tech/openai-chatgpt-copyrighted-work-use-b2475386.html

[7] Moonvalley - Homepage Website des Unternehmens für visuelle KI-Produkte https://www.moonvalley.com/

[8] Bundesministerium für Justiz - Künstliche Intelligenz und Urheberrecht - Fragen und Antworten zum Urheberrecht bei KI (März 2024) https://www.bmjv.de/SharedDocs/Downloads/DE/Themen/Nav_Themen/240305_FAQ_KI_Ur-heberrecht.pdf?_blob=publicationFile&V=2

[9] TaylorWessing - AI, the Artificial Intelligence Act & Copyright Juristische Analyse zur Vereinbarkeit von KI-Recht und Urheberrecht (13. Mai 2024) https://www.taylorwessing.com/en/insights-and-events/insights/2024/05/ai-act-und-copyright

AUF KNOPFDRUCK KREATIV

VON ANNA-LENA BÜKER UND LUTZ GOTTSCHALK

Der Hype um KI ist groß, die Versprechen oft noch größer: Schnellere Ergebnisse, mehr Kreativität – und das alles scheinbar auf Knopfdruck. Doch wer selbst mit KI arbeitet, merkt schnell: Ohne klare Vorstellung und ohne präzisen Input entsteht selten das, was man wirklich braucht.

Auch unser KI-Hermann war kein Produkt per Mausklick. Hinter jedem Bild und jedem Reel stand ein Prozess: Von der ersten Bildidee über zahlreiche Versuche und Iterationen bis hin zur kuratierten Auswahl. In diesem Beitrag zeigen wir, wie der KI-Hermann Schritt für Schritt entstanden ist.

VOM DATENSATZ ZUM KI-DENKMAL

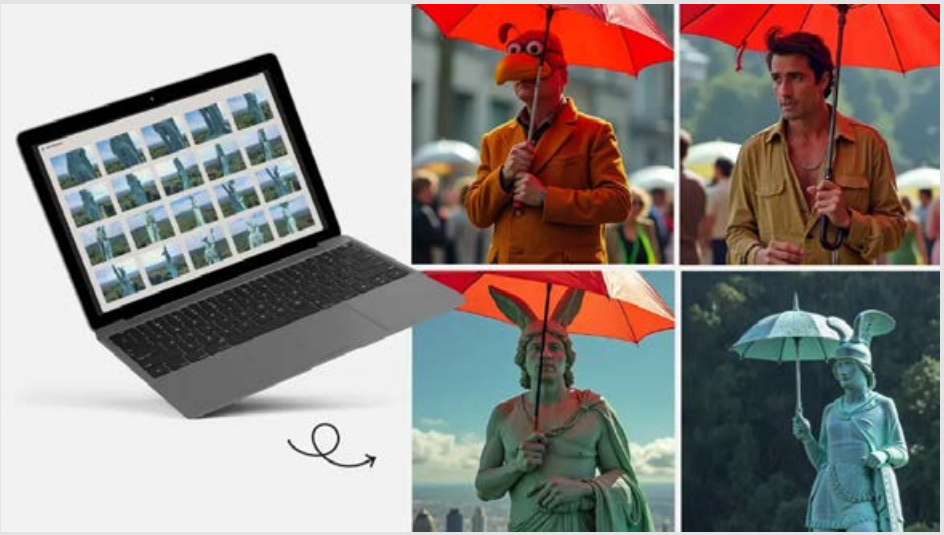
Bevor der „KI-Hermann" aus den Servern unseres Instituts auf Instagram auftauchen konnte, brauchte es ein Modell, das seine ikonische Gestalt erfasst. Wir hätten dafür auch mit ChatGPT, genauer gesagt GPT-4o, arbeiten können – ein autoregressives Bildmodell. Dabei lässt sich ein Referenzbild des Denkmals hochladen und per Prompt das gewünschte Motiv beschreiben.

Dieser Prozess basiert auf einem Training, bei dem das Modell lernt, wie sich Rauschen in Bilder umwandeln lässt. Während des Trainings fügt das System realen Bildern schrittweise Rauschen hinzu und übt, diesen Vorgang rückgängig zu machen. In der Anwendung beginnt es mit Rauschen und rekonstruiert daraus schrittweise ein realistisch wirkendes Bild. Eine Bildreihe veranschaulicht diesen Ablauf und zeigt, wie aus chaotischem Rauschen ein detailreiches KI-Bild entsteht.

Die von ChatGPT generierte Vorlage und das finale Bild des Hermannsdenkmals mit Kuchen, Kaffee und Zeitung.

Auf den ersten Blick wirkt das linke Bild wie das Hermannsdenkmal, doch Textur, Farbigkeit und Körperform weichen deutlich vom Original ab. Dank des soliden Promptverständnisses von ChatGPT waren die Resultate trotzdem als Vorlage nützlich (s. rechtes Bild).

Um die charakteristischen Merkmale des Hermannsdenkmals präziser und realitätsnäher zu reproduzieren, haben wir ein kleines spezialisiertes Modell trainiert. Dafür nutzten wir die sogenannte LoRA-Technologie (Low-Rank Adaptation). Das Prinzip: Statt ein riesiges Modell komplett neu zu trainieren, ergänzt man es um ein leichtgewichtiges Zusatzmodul, das wie ein Plug-in funktioniert. Das spart Rechenleistung, Speicher und Zeit – ideal für fokussierte Projekte. So konnten wir ein Modell entwickeln, das das Hermannsdenkmal zuverlässig erkennt und abbildet. Alles läuft lokal bei uns im KreativInstitut.OWL – mit eigener Infrastruktur und eigenen Daten, was volle Kontrolle und Datenschutz garantiert.

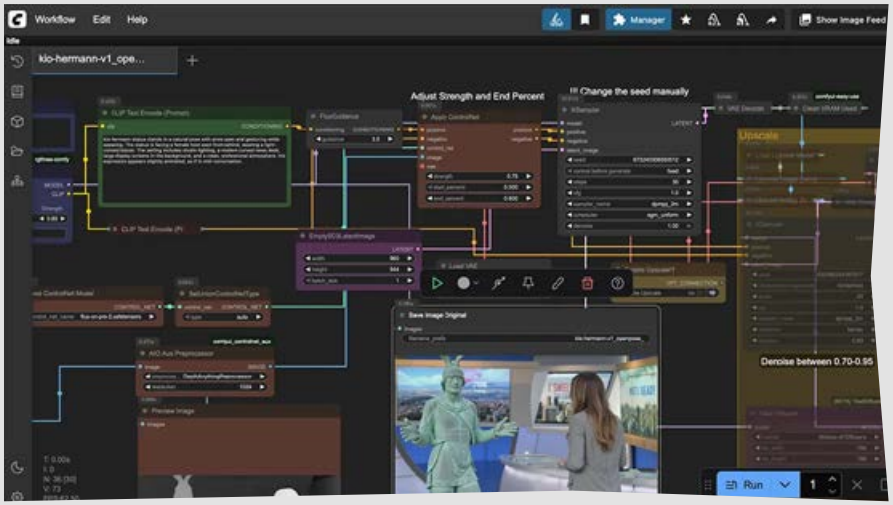


Auf dem Laptop links ist ein Auszug der ausgewählten Trainingsdaten zu sehen. Im nächsten Schritt lernt die KI Schritt für Schritt die Merkmale des Hermannsdenkmals (rechts).

Die Datengrundlage stammte aus zwei Quellen: dem Archiv des Landesverbandes Lippe sowie eigenen Drohnenaufnahmen. In der Regel genügen etwa 30 Bilder, um ein Objekt zu trainieren; bei Personen oft sogar weniger, bei Stilen hingegen mehr. Entscheidend ist die Varianz: unterschiedliche Perspektiven, Lichtverhältnisse und Kontexte. Damit das Modell diese Bilder wirklich „lernen" konnte, mussten sie verschlagwortet werden – also mit präzisen Bildunterschriften versehen. Wir nutzten hierfür Tools wie kohya_ss und den Flux Gym Trainer, trainiert wurde speziell auf FluxDev, ein Bildgenerierungsmodell von Black Forest Labs.

Damit unser KI-Hermann-LoRA gezielt ansprechbar ist, braucht es ein spezielles Trigger-Wort – ein eigens gewählter Fantasiebegriff, der das Modell eindeutig aktiviert.

Das trainierte LoRA-Modell wurde anschließend in ComfyUI eingebunden. ComfyUI ist ein mächtiges Open-Source-Tool für Stable Diffusion und Flux-Modelle, das mit einer visuellen, node-basierten Oberfläche arbeitet. Anstatt nur Texte, also Prompts, einzugeben, können hier Workflows modular aufgebaut und Parameter präzise gesteuert werden. Für uns war das ideal:



Screenshot der Workflow-Ansicht in ComfyUI

So ließ sich über mehrere Bilder hinweg ein konsistenter Charakter in unterschiedlichen Perspektiven darstellen. Ein weiterer Vorteil: Die Intensität des LoRA-Einsatzes lässt sich flexibel regulieren. Über Zusatz-Nodes wie OpenPose (ControlNet) konnten wir sogar Körperhaltungen oder Bewegungen des Hermannsdenkmal in gewünschte Szenarien einfügen.

Im weiteren Produktionsprozess nutzten wir zudem Flux Kontext. Damit konnten wir das Denkmal in verschiedenen Jahreszeiten oder Stimmungen darstellen.

Um zum gewünschten Motiv zu gelangen, waren oft mehrere Generierungen nötig. Prompt oder Parameter mussten wiederholt angepasst werden. Teilweise entwickelten wir die Prompts zunächst in ChatGPT, bevor wir die endgültigen Varianten in ComfyUI erstellten.

Heraus kam eine Vielzahl an Bildversionen, von denen wir die besten auswählten und in Photoshop nachbearbeiteten. Für manche Szenen reichten wenige Versuche, andere erforderten 30 oder mehr Iterationen, bis eine überzeugende Komposition stand.

Die Erzeugung eines synthetischen Charakters auf Basis eines realen Vorbilds erfordert mehrere Zwischenschritte – ein einzelner Knopfdruck reicht nicht aus. Zwar weist der „KI-Hermann" im Vergleich zum Original noch sichtbare Unschärfen und Abweichungen auf – zum Teil bewusst in Kauf genommen – doch gegenüber klassischen 3D-Renderings wirkt er bereits erstaunlich fotorealistisch, lässt sich deutlich schneller realisieren und überzeugt, solange man bereit ist, gewisse Fehler zu akzeptieren.

VOM STANDBILD ZUR BEWEGUNG – KI IN DER VIDEOPRODUKTION

Damit der KI-Hermann nicht nur als Bild, sondern auch in Bewegung sichtbar wird, nutzten wir unter anderem die Programme **Runway Gen-4**, **Act-One** und **Act-Two**. Ausgangspunkt war dabei stets ein bereits generiertes Motiv des Hermannsdenkmals in der gewünschten Szene. Dieses Standbild bildete die Grundlage, die anschließend in Bewegung übersetzt wurde.

Runway Gen-4 eignet sich besonders, wenn es darum geht, Figuren und Umgebungen über mehrere Frames hinweg konsistent darzustellen. Kamerafahrten, wechselnde Lichtverhältnisse oder atmosphärische Effekte lassen sich so überzeugend erzeugen. Die Länge der Clips ist aktuell auf etwa 5 bis 10 Sekunden begrenzt. Praktisch entstehen dadurch kurze Sequenzen, die wie Bausteine zusammengesetzt werden können. Mit Gen-4 Turbo lassen sich diese Clips deutlich schneller generieren, was die Arbeitsschleifen verkürzt – denn meist sind mehrere Durchläufe nötig, um ein passendes Ergebnis zu erzielen.

Szene aus dem WDR-Lokalzeit-OWL-Studio (links). Diese Einstellung diente als Vorlage für das Standbild und die spätere Charakteranimation. Dr. Zelle, Museumsleiter des Lippischen Landesmuseum, übernahm dabei die Rolle des Hermanns, was anschließend als Input für die Animation verwendet wurde (rechts).

Act-One und Act-Two von Runway nutzen ein ähnliches Prinzip: Eine kurze Live-Aufnahme, zum Beispiel eine Kopfbewegung oder Geste, dient als sogenannte Driving Performance. Diese Bewegungsdaten werden anschließend auf ein Standbild übertragen. Dabei werden die grundlegende Mimik und Gestik realistisch nachgebildet, während feinere Details wie Mikroexpressionen oder subtile Nuancen weniger stark zur Geltung kommen. Dadurch eignen sich Act-One und Act-Two besonders gut, um einfache, ausdrucksstarke Bewegungen auf ein Bild zu übertragen.

Nach der Generierung folgte immer ein zweiter Schritt in der klassischen Postproduktion. In Programmen wie Adobe Premiere und After Effects wurden die kurzen Clips geschnitten, farblich abgestimmt und zu längeren Sequenzen kombiniert. Auf diese Weise konnten die zeitlich begrenzten Ausschnitte zu einem stimmigen Gesamtbild erweitert werden.

Ein wichtiger Punkt bleibt die Herkunft der Trainingsdaten. Viele leistungsstarke Video-Modelle wie Runway – ebenso wie Bildgeneratoren etwa von Midjourney oder Flux – sind intransparent, was die verwendeten Datensätze betrifft. Langfristig wäre es wünschenswert, verstärkt mit Plattformen zu arbeiten, die hier andere Standards setzen, etwa Moonvalley, das Wert auf faire und überprüfbare Daten legt. Dennoch ist es bemerkenswert, was aktuell im Bereich der KI-Videogenerierung bereits möglich ist.

Screenshot aus der WDR-Mediathek

Wer sehen möchte, wie wir den KI-Hermann ins WDR-Lokalzeit-OWL-Studio gebracht haben, findet das Gespräch im Web unter **www.hermann.institute**. Dort geben wir auch weitere Einblicke in unsere Arbeit am Kreativ-Institut.OWL und die Idee hinter der KI-Hermann-Kampagne.

FAZIT: ZWISCHEN FASZINATION UND FRAGEZEICHEN

KI ist keine Abkürzung, sondern ein neuer Weg – erfordert aber weiterhin Zeit, Know-how und ein klares Ziel.

KI gilt oft als Abkürzung: Sie spart Zeit, steigert Effizienz und wird vielerorts als Allzweckwerkzeug verstanden. Einiges am Hype ist tatsächlich berechtigt – auch wir haben erlebt, wie generative KI einzelne Arbeitsschritte erstaunlich beschleunigen kann. Doch dabei wird leicht übersehen, dass KI letztlich nur ein anderer, vielleicht neuer Weg ist, Inhalte zu erstellen. In unserem Projekt stand die Content-Produktion im Zentrum, insbesondere visuelle Inhalte. Hier kann KI ein hilfreiches Werkzeug sein, das neue Pfade der Medienproduktion eröffnet und punktuell Zeit sparen kann.

Was sie uns jedoch nicht abnimmt – auch wenn es manchmal suggeriert wird – ist das konzeptionelle Denken, das bewusste Entscheiden. Qualität und Konsistenz entstehen nicht per Knopfdruck. Der Feinschliff bleibt Handarbeit. Der Mensch bleibt der Entscheider, der Regisseur, die kreative Instanz. KI gleicht einerSlot Machine: Sie spuckt unzählige Vorschläge aus, aber welche Botschaft vermittelt wird, das liegt weiterhin bei uns. Kommunikation lässt sich nicht automatisieren.

Unser Projekt „KI-Hermann" hat gezeigt, dass KI längst mehr ist als Spielerei. Gerade in der Bildgenerierung erweist sie sich als ernstzunehmendes Produktionswerkzeug – und die Entwicklungen im Bereich Videogenerierung sind hochspannend zu beobachten. Wer jedoch noch an den Mythos des „Contents auf Knopfdruck" glaubt, steuert direkt in Beliebigkeit und Austauschbarkeit. KI liefert Rohmaterial – das Gestalten, Schleifen und Verfeinern bleibt Aufgabe des Anwenders.

Und ja, KI ist mächtig. Sie ist multimodal, lässt sich durch Sprache steuern, wirkt intuitiv. Aber wie jedes Werkzeug ist sie ambivalent: Sie kann Neues schaffen und verbessern, aber auch verzerren und verletzen. Der Hammer schlägt Nägel ein – oder zerstört. Genau darin liegt die Verantwortung: nicht nur technische und praktische Fragen zu stellen, sondern auch gesellschaftliche. Wer profitiert von automatisierten Prozessen? Schafft KI Freiraum für Kreativität – oder drängt sie Vielfalt in Standards? Fördert sie neue Stimmen – oder verstärkt vor allem die lautesten?

KI ist nicht neutral. Sie wird von Menschen entwickelt, von Unternehmen vertrieben, von Politik reguliert. Ihre Ergebnisse tragen Daten, Vorannahmen und Machtverhältnisse in sich. Wer die Systeme baut, bestimmt mit, was wir später als „normal" oder gar „kreativ" betrachten. Es ist unstrittig, dass KI Arbeit verändert – doch die Verantwortung dafür, wie wir sie einsetzen, bleibt bei uns.

Unser „KI-Hermann" war ein Experiment. Er zeigt, dass KI neue Möglichkeiten eröffnet, uns zugleich aber herausfordert. Die Arbeit mit diesem Werkzeug zwingt uns, zu fragen, wie wir damit umgehen wollen und welche Verantwortung wir dabei tragen. Nicht, um Technik zu verherrlichen oder zu verdammen, sondern um sie bewusst zu gestalten. Wir glauben nicht, dass KI uns im kreativen Bereich ersetzen wird; sie benötigt immer unseren Input. Was sie hervorbringt, ist letztlich ein Remix bestehender Daten – keine gänzlich neuen Inhalte. Eigenständig agiert sie nicht: Jeder Output erfordert einen Befehl. Doch genau darin liegt die Konfrontation: KI zwingt uns, unsere Gewohnheiten, unsere Annahmen und unsere Rolle im kreativen Prozess neu zu reflektieren.

„Oft wird diskutiert, wie "intelligent" oder "kreativ" diese KI-Systeme eigentlich sind. Doch die entscheidendere Frage lautet: Wie intelligent und kreativ gehen wir als Anwender mit ihnen um?"

ZWISCHEN ERINNERUNGSKULTUR
UND POP-IKONE

WITZFIGUR ODER BOTSCHAFTER?

VON ANNA-LENA BÜKER
UND JAN WILLEM HENCKEL

Unsere KI-Kampagne anlässlich des 150. Jubiläums des Hermannsdenkmals wirft Fragen zum Umgang mit Denkmälern auf: Darf bzw. sollte das Hermannsdenkmal zur Projektionsfläche für gesellschaftlichen Diskurs sein? Wird das Denkmal dadurch trivialisiert oder ist Auffallen und Provozieren ein legitimer Multiplikator für gesellschaftliche Themen? Warum muss also gerade der Hermann für eine Auseinandersetzung mit künstlicher Intelligenz herhalten?

DER ETWAS DUSSELIG ANMUTENDE INFLUENCER

Im SPIEGEL schreibt Guido Kleinhubbert unter dem Titel: „Das Hermannsdenkmal wird 150 – und immer häufiger zur Witzfigur": [1]

Ein Schönling mit kurzem Rock, Schwert und Schnauzbart: Das Hermannsdenkmal bei Detmold ist eines der beliebtesten Ausflugsziele Deutschlands. Zu ihrem Jubiläum muss die Statue für allerlei Klamauk herhalten. [...]

Der Krieger mit der seltsamen Optik wird etwa auf Monitoren und in den sozialen Netzwerken zur KI-Figur – und musste das Trikot eines Fußballvereins tragen. Hermann, der ein Held sein sollte und später teils von Rechtsextremen politisch missbraucht wurde, bekommt eine neue Rolle: Er wird zur Witzfigur. [...]

Ernsthafte Sonderschauen oder Symposien zu Themen wie Heimat und Nationalismus gibt es ansonsten zum Jubiläum kaum. [...] In sozialen Netzwerken lassen der Landesverband Lippe und die Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe den Cheruskerfürsten als Avatar zum etwas dusselig anmutenden Influencer werden, der Aerobic macht und gekleidet wie ein Hippie auf einer Wiese sitzt, samt Blumenkranz um den Flügelhelm.

Unsere Kampagne zeigt das Hermannsdenkmal im Aerobic-Outfit. Eine Anspielung auf den gesellschaftlichen Kontext der 1980er Jahre. Weder die historische Figur, noch die Statue sahen wohl je wirklich so aus.

Das Hermannsdenkmal als Hippie, samt Blumenkranz und Flügelhelm in den 1960er Jahren. Ein legitimes Mittel, um mit Unterhaltung Aufmerksamkeit zu erzeugen oder geschichtliche Verdrehung?

Keine KI, sondern Realität: 2025 zog der Fußballverein Arminia Bielefeld ins DFB-Pokalfinale ein. Ein mediales und sportliches Großereignis zu dem das Hermannsdenkmal ein gigantisches Trikot trug. [2]

BOTSCHAFTER UND PROJEKTIONSFLÄCHE

Denkmäler sind Gedächtnisräume bzw. Erinnerungsorte, deren Bedeutung innerhalb wechselnder politischer und gesellschaftlicher Kontexte jeweils verschieden bewertet und ausgelegt wird. Seit seiner Erbauung 1875 wurde die Interpretation des Hermannsdenkmals durch Kaiserreich, NS-Propaganda und Nachkriegsdemokratie geprägt. Durch die Rolle als lokale wie auch überregionale kollektive Identifikationsfigur über soziale Milieus hinweg ist das Denkmal Projektionsfläche und Multiplikator für Propaganda, Identität, Politik und gesellschaftlichen Diskurs.

150 Jahre nach Erbauung des Denkmals ist der Umgang mit (generativer) KI nicht nur eine wissenschaftliche, sondern auch eine politische, ethische und gesamtgesellschaftliche Frage. Die notwendige, breite Debatte erfordert ein Verständnis für alle Teilbereiche von KI-Technologie über alle gesellschaftlichen Schichten hinweg.

Aufhänger für die Kampagne war also insbesondere die Möglichkeit, zum Jubiläum des Hermannsdenkmals, breite gesellschaftliche Gruppen zu erreichen und für das Thema KI zu sensibilisieren.

Der Hermann eignet sich ideal für unser KI-Experiment – nicht, weil wir ihn historisch rekonstruieren wollen, sondern weil seine Figur kulturell offen, visuell klar und symbolisch stark ist. Seine äußere Gestalt – Schwert, Schild, Helm, Pose – ist selbst schon eine Interpretation: eine historisch konstruierte Ikone, aufgeladen mit Bedeutung und doch offen für neue Lesarten. Genau diese Spannung machen wir uns zunutze, verzichten aber bewusst darauf, ihm ein neues Gesicht zu geben, da es keine genauen Überlieferungen seines tatsächlichen Aussehens gibt. Stattdessen arbeiten wir mit dem, was da ist: mit der ikonischen Silhouette des Denkmals. Sie wird zur Projektionsfläche – nicht, um Geschichte zu bebildern, sondern um mediale Konstruktion sichtbar zu machen.

ERINNERUNGSKULTURELLE BEDEUTUNG

Denkmäler als Gedächtnisräume sind keine Speichermedien, in denen Erinnerungen statisch erhalten bleiben. Sie wirken als Gedächtnisstützen, die durch kollektive Nutzung und individuelle Aneignung als Schnittstelle zwischen gesellschaftlichem und individuellem Gedächtnis fungieren. Sie sind wandelbar und passen sich fortlaufend den Werten und Bedürfnissen folgender Generationen an, indem sie Teile der Geschichte auswählen, ändern oder auch vergessen. [3]

Kulturwissenschaftlerin Aleida Assmann trennt den Begriff Erinnerungskultur in drei Bedeutungen: [4]

Pluralisierung und Intensivierung der Zugänge zur Vergangenheit:
Erinnerungskultur ist nicht mehr nur für Expert:innen und Wissenschaftler:innen Thema. Stattdessen haben in den letzten Jahrzehnten diverse gesellschaftliche Gruppen das Thema neu für sich entdeckt.

Aneignung der Vergangenheit durch eine Gruppe:
Der Umgang mit Erinnerungen kann sowohl positiv als auch negativ genutzt werden. In diesem Sinne ist das Erinnerungsobjekt rein funktional. Hier nennt Assmann die monumentale Erinnerung, die motivierend wirken kann, wenn Vorbilder aber manipulativ genutzt werden, zu Hass oder Fanatismus führen kann. Bei der antiquarischen Erinnerung steht die Traditionsbewahrung im Vordergrund. Schaden kann hier entstehen, wenn nichts Neues zugelassen wird oder Vergangenes unkritisch gefeiert wird. Bei der kritischen Erinnerung wird in der Vergangenheit explizit nach Fehlern gesucht, was Veränderungen zuträglich ist aber das Risiko der Zerstörung von Erinnerungen birgt.

Ethische Erinnerungskultur:
Beschreibt die kritischen Umgang mit Erinnerungen in Form von gesellschaftlichen und staatlichen Verbrechen insbesondere aus der Perspektive ihrer Opfer.

In Bezug auf das Hermannsdenkmal sind alle drei Bedeutungsweisen des Begriffs relevant. Als kultureller Ort an dem Menschen zusammenkommen und über Geschichte und Erinnerung lernen können (z.B. im Hermanneum [5], dem angeschlossenen Museum); Als monumentale (Nationalheld), antiquarische (Mythen und Traditionen) aber auch kritische Erinnerung (Sprüche auf dem Sockel des Hermannsdenkmal), aber auch aus ethischer Perspektive (insbesondere in Bezug auf die Themen Nationalismus und Heimat, wie Kleinhubbert im SPIEGEL schreibt).

Nicht nur vor Ort, sondern auch in Medien, wie Comics (z.B. dem Hermännchen-Comic [6]), Animationen, Filmen, Serien oder auch in Social Media fungiert das Hermannsdenkmal als Erinnerungsanker. So wird über Denkmäler im kulturwissenschaftlichen Verständnis die „Geschichte in der Öffentlichkeit" kommuniziert. [7]

EIN DENKMAL ALS POP-IKONE

Diese Medienpräsenz hat aber nicht nur eine erinnerungskulturelle Perspektive. Das Hermannsdenkmal ist in den Comics, Filmen und auf Social Media auch Ikone und Popstar.

Und auch sonst ist das Hermannsdenkmal popkulturell von großer Bedeutung: Ampelmännchen, auf Tassen oder als Andenken. 2017 wählten die Stadtwerke Detmold das Hermannsdenkmal in Quitscheenten-Form als Werbemaßnahme. Nach eigenen Angaben mit großem Erfolg. [8]

Seit 2025 zeigen viele Detmolder Fußgänger-Ampeln eine Comic-Darstellung vom Hermannsdenkmal und Arminius' Frau Tusnelda. (Foto: Robert Pairan, Lippische Wochenzeitung) [9]

Hermannente als Werbung der Stadtwerke Detmold (Foto: Stadtwerke Detmold)

Stahlskulptur Hiddemann des Künstlers Hans Kordes in Hiddesen (Foto: Hans Kordes) [10]

Dazu gelten Denkmäler aus kultureller Perspektive als Wahrzeichen einer Region und fungieren als Identifikationsanker. So ist zum Beispiel die Freiheitsstatue über ihren historischen und erinnerungskulturellen Status hinaus weltweit als Wahrzeichen und Sinnbild für die gesamten Vereinigten Staaten bekannt. Gleichsam ist das Hermannsdenkmal auch über die geschichtliche Dimension hinaus eine über Grenzen bekannte lippische Identifikationsfigur.

> **Der Hermann ist emotional. Die Lipper haben den Hermann auserkoren als ihr Symbol für Heimat.**
>
> — Künstler Hans Kordes im Podcast Mythos Arminus - Auf den Spuren des Hermanns (Folge 4 vom 06.08.2025) [11]

Was die Beispiele hier zeigen: Was das Hermannsdenkmal so besonders macht ist seine Wandlungsfähigkeit. In OWL und Lippe ist er mehr als Monument – er ist Piktogramm auf Ampeln, Figur in Kinderbüchern, Souvenir auf Märkten. Er lebt im Alltag weiter – als identitätsstiftendes Symbol, aber auch als humorvolle Selbstverortung. Die Lipper:innen haben ihn adoptiert, nicht als unkritisches Heldenbild, sondern als Mischform aus Stolz, Erinnerung und Selbstironie.

WARUM KLÄRT ALSO GERADE DER HERMANN AUF?

Warum ausgerechnet dieses Denkmal – dieser überhöhte, kupferne Koloss im Teutoburger Wald – als Ausgangspunkt für ein KI-gestütztes Medienexperiment? Der Hermann dient in unserer Kampagne als Transfervehikel. Sie ist nicht vordergründig als Erinnerungskultur einzuordnen.

Der Ikonen-Status und die Bekanntheit des Denkmals ist Multiplikator um das gesellschaftlich relevante Thema „Umgang mit KI" in den Fokus zu rücken und sichtbar zu machen.

Gleichsam darf die Berufung auf den lippischen Popstar-Status kein Freifahrtschein für einen lapidaren oder gar verachtenden Umgang mit Geschichte und Erinnerung sein. Assmann schreibt zur „Aneignung der Vergangenheit durch eine Gruppe":

> Die monumentale Erinnerung zum Beispiel kann auf große Vorbilder aus der Geschichte aufbauen, die zum Nacheifern anspornen, sie kann aber auch schaden, wenn diese Bilder manipuliert werden, um zum Fanatismus zu mobilisieren.

Würde der Hermann nun also ernsthaft als friedensbringender Hippie verklärt werden, in dem durch gezielte Manipulation ein falsches oder irreführendes Narrativ erzeugt würde, wäre das ein gefährlicher Keimboden für Fanatismus. Allerdings geht diese Betrachtung im Bezug auf die Kampagne nicht weit genug.

Neben der eindeutigen Kennzeichnung haben die generierten Bilder immer eine phantastische Komponente. (Eine Kupferstatue kann nicht wirklich verkleidet auf einer Wiese sitzen.) Die Bilder sind eindeutig nicht real. Dafür ist unerheblich, ob sie KI-generiert oder auf andere Weise künstlich erschaffen wurden. Auch deswegen ist der Hermann als nicht (mehr) real existierende Person gut für seine Botschafter-Rolle geeignet.

Das Bild des Hippie-Hermanns mit Blumenkranz ist ein Anker um das größere Thema sichtbar zu machen: Was, wenn das nun eben keine Statue wäre, sondern ein echter Mensch? Vielleicht ein:e Politiker:in? Würde ich den Fake erkennen?

Damit schließt sich der Kreis von Manipulation in der Erinnerungskultur zur Manipulation durch KI-Bilder. Die oft humorvollen KI-Umgestaltungen sollen nicht primär die historische Gestalt lächerlich machen, sondern Meta-Kommentare zur Bildmacht zeitgenössischer Medien liefern.

Im Zuge der Kampagne veröffentlichen wir eine Reihe von Insights, die die Hintergründe zum wissenschaftlichen Diskurs sowie zu ethischen und rechtlichen Fragen rund um das Thema generative KI beleuchten: Die Entwicklung von KI-Modellen erfordert umfangreichen Trainingsdaten – häufig unter Einsatz urheberrechtlich geschützten Materials. Wie schützen wir uns davor, dass KI-Anwendungen zu Lasten von Kreativschaffenden gehen? Wie erschafft die KI eigentlich Bilder? Im Kontext der Kampagne bedeutet das: Hintergründe liefern und Debatten anregen statt nur „Clickbait" und Witzfigur.

Der KI-Hermann wechselt zwischen Ironie und Ernst, zwischen Pathos und Pop. Als Projektpartner gemeinsam mit dem Landesverband Lippe verstehen wir ihn zugleich als kulturelles Erbe und offenes Experimentierfeld. Das macht das Hermannsdenkmal so besonders:

Er ist konstruiert – und gerade darin offen für Rekonstruktion.

Er ist vertraut – und gerade deshalb wirkungsvoll, wenn er gebrochen wird.

Er ist formstark – visuell klar, symbolisch aufgeladen, medial anschlussfähig.

Selbst aus technischer Sicht ist das Hermannsdenkmal ein ideales Motiv: Seine klare Silhouette, markante Pose und hohe Wiedererkennbarkeit machen ihn für KI-Systeme besonders zugänglich – und zugleich offen für stilistische Variation.

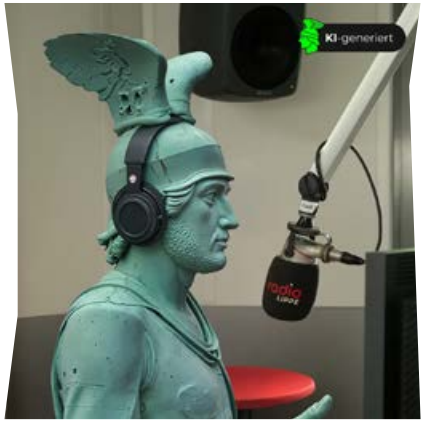
WEITHIN SICHTBARER PUBLIKUMSMAGNET

Das Hermannsdenkmal ist eine der bekanntesten Sehenswürdigkeiten Ostwestfalens und spielt für Tourismus und Wirtschaft eine wichtige Rolle. Laut Wikipedia besuchen etwa 500.000 Menschen pro Jahr die Statue. Damit ist das Denkmal ein wichtiger wirtschaftlicher Faktor für die Region. Die Sichtbarkeit des Denkmals ist für die Tourismusbranche von großer Wichtigkeit. Seit 2008 ist das Hermannsdenkmal Teil der NRW-"Straße der Monumente", eines Netzwerkes historischer Orte, das gemeinsame Marketingmaßnahmen und Besucherangebote fördert. [12]

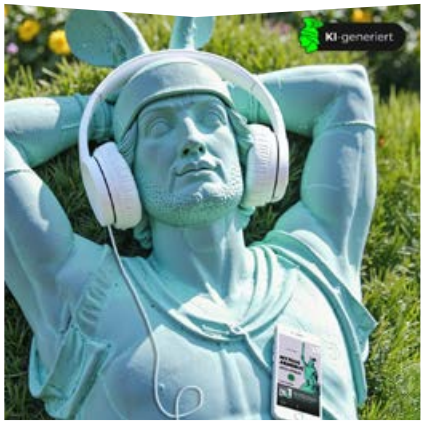
Auf Instagram erreicht das Denkmal auf eigenem Account über 4.000 Follower (Stand 06.08.2025). Soziale Medien sind heute ein wichtiger Marketingfaktor. Damit spielt die Kampagne neben ihrer Hauptfunktion auch eine werbliche Rolle für die Region Lippe, in dem sie über „schöne Bilder" Interesse für das Denkmal erzeugt.

Genaue Effektgrößen müssten empirisch untersucht werden um fundierte Aussagen über Spillover-Effekte (Social Media → touristische Besuche → wirtschaftlicher Effekt) zu treffen.

Allerdings findet die Kampagne auch über die sozialen Medien hinaus in traditionellen Medien Betrachtung. So berichteten Radio Lippe [13] und der SPIEGEL [14]



Der KI Hermann stellt sich im Interview bei Radio Lippe den brennenden Fragen von Moderator Dominik Tegeler



Hermann bewirbt dem ihm eigens gewidmeten Podcast „Mythos Arminius' von der Lippischen Landes-Zeitung

Der SPIEGEL kommentiert die Darstellung des Hermanns in der Kampagne als „etwas dusselig anmutenden Influencer'

WAS DER KI-HERMANN SICHTBAR MACHT

Der KI-Hermann ist Denkmal, Projektionsfläche und medienkritisches Experiment zugleich. Die erstellten synthetischen Artefakte verdichten drei Bedeutungsebenen – regionale Identität, popkulturelle Ironie und technologische Medienproduktion – zu einem vielschichtigen Kommentar über Erinnerung, Medien und gesellschaftlichen, wie technologischen Wandel. In diesem Spannungsfeld entsteht ein dialogischer Raum: nicht als digitaler Gag, sondern als Spiegel einer Gesellschaft im Umbruch – irgendwo zwischen Digitalität, Deutung und manchmal auch Selbstironie.

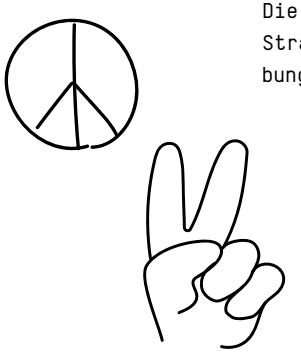
REGIONALE VERWURZELUNG

Der Hermann ist für viele Menschen ein emotionales Symbol für Heimat – als Ausdruck von Zugehörigkeit, Lokalkolorit und kollektiver Erinnerung. Die KI-Interpretationen greifen diese Verankerung auf und übertragen sie in die Bildsprache der Gegenwart. Der „KI-Hermann" besucht Radio Lippe, weist auf den Podcast der Lippischen Landeszeitung „Mythos Arminius" hin oder schaut sich einen Film im Mondscheinkino an. So entsteht ein digitales Narrativ regionaler Identität, das auch bei jüngeren Zielgruppen anschlussfähig ist und in den lokalen Vorstellungswelten verankert bleibt. Der KI-Hermann ist nahbar, transformiert – und doch unverkennbar.

POPKULTURELLE SELBSTIRONIE

Der Aerobic-Hermann, der Hippie-Hermann, der Hermann als Influencer: Diese Darstellungen wirken verspielt, ja auch absurd. Doch genau darin liegt ihre Stärke. Sie entmystifizieren das Denkmal nicht, sondern öffnen es für neue Betrachtungen. Popkulturelle Ironie wird hier zum Mittel, das Vergangene mit dem Zeitgenössischen in Dialog zu bringen.

Die humorvolle Brechung ist kein Selbstzweck, sondern Strategie: Denkmalpflege als lebendige Praxis, die Reibung erzeugt – und dadurch Reflexion anstößt.



KRITISCHE MEDIENREFLEXION

Die tiefste Ebene liegt im Medium selbst: KI-Bilder sind algorithmisch erzeugte Visualisierungen, gespeist aus Datensätzen, gesteuert durch menschliche Prompts. Jedes Bild des „KI-Hermanns" ist auch ein Kommentar zur Funktionsweise unserer Bildkultur:

Wer erzeugt Bilder mit welcher Absicht?
Was bedeutet „Wahrheit" im digitalen Raum?
Wie funktioniert Sichtbarkeit – und wer kontrolliert sie?

Die Kampagne zeigt damit nicht nur, wie KI funktioniert, sondern auch, was sie sichtbar macht – und wie sich gesellschaftliche Narrative durch Technik formen (oder verzerren) lassen.

DAS HERMANNSDENKMAL ALS MÖGLICHKEITSRAUM

Witzfigur oder Botschafter?

Die Antwort liegt – wie so oft – irgendwo dazwischen. Und vielleicht ist sie auch nicht für alle gleich – und das ist okay. Das Hermannsdenkmal war nie ein neutrales Denkmal, sondern schon immer Projektion und Konstruktion: ein Mythos, kulturell, politisch, ideologisch aufgeladen und emotional verortet. Für manche ist er ein Held, für andere ein ästhetisches Kuriosum – ein „Schönling mit kurzem Rock, Schwert und Schnauzbart" – und für die meisten Lipper einfach eine Figur, die sie mit Heimat verbinden.

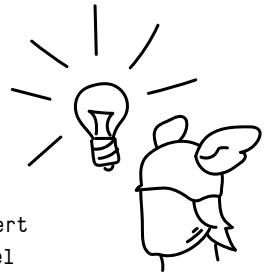
Genau deshalb eignet es sich heute als Ausgangspunkt für unser mediales KI-Experiment. Aber dennoch die Frage: Muss ausgerechnet ein Denkmal herhalten, wenn es um generative KI, Medienkompetenz und gesellschaftliche Diskurse geht?

Die Antwort: Ja.

Im Rahmen unseres KI-Experiments soll das Hermannsdenkmal natürlich nicht zur Witzfigur verkommen, sondern zum Botschafter – letztlich zum Werkzeug für ein gesellschaftlich und technologisch hochaktuelles Thema: generative Künstliche Intelligenz. Wir nutzen ihn als Ausgangspunkt, als Medium, als medialen Impulsgeber in einem experimentellen Rahmen, der es ermöglicht, sich auf niederschwellige Weise mit den Potenzialen und Herausforderungen neuer Technologien auseinanderzusetzen.

Als in Detmold ansässiges KreativInstitut – ein Verbund aus drei Hochschulen, u. a. der Technischen Hochschule OWL – greifen wir bewusst eine lokale Ikone auf. Nicht, um sie zu entmystifizieren oder historisch aufzuarbeiten, sondern um zentrale Fragen unserer Gegenwart zu stellen. Humor, Ironie und popkulturelle Referenzen senken die Einstiegshürde, ohne das Denkmal zu entwerten. Der Hippie-Hermann auf Instagram ist kein Selbstzweck – er ist ein Türöffner. Und führt im besten Fall direkt zur Frage: „Wie entsteht so ein Bild eigentlich?"

Der Anlass – das 150-jährige Jubiläum des Hermannsdenkmals – war für uns ein idealer Moment, um sichtbar zu machen, wie stark sich Bildwahrnehmung, Vertrauen in Medien und kulturelle Symbole im Zeitalter der KI verschieben. Genau deshalb sind wir froh für dieses gemeinsame Projekt mit dem Landesverband Lippe zu kooperieren. Gerade weil der Hermann so präsent ist – als Denkmal, als Symbolfigur, als regionales Wahrzeichen – eignet er sich als Projektionsfläche für ein breites Publikum. Ziel ist es, eine Vielzahl gesellschaftlicher Gruppen zu erreichen und für den kritischen Umgang mit KI zu sensibilisieren – und zwar genau dort, wo dieser heute schon stattfindet: in Social Media, in Bildern, Reels und Feeds.



Wie jede Generation „ihren Hermann" neu interpretiert hat, gießen wir ihn nun in Datensätze, Prompts, Pixel und Reels. Damit wird er weniger Denkmal als Möglichkeitsraum – ein kulturelles Labor, in dem Heimatgefühl, Medienkritik und algorithmische Ästhetik miteinander in den Dialog treten.

Und vielleicht liegt genau darin seine Stärke: Der Kupferriese verändert sich nicht – er bleibt, was er war: ein Denkmal. Aber eben eines, das nicht nur an Vergangenes erinnert, sondern auch etwas über unsere Gegenwart erzählt. Unser Hermann ist keine Witzfigur – aber er darf zum Schmunzeln bringen und so Aufmerksamkeit erzeugen. Denn wo Aufmerksamkeit ist, beginnt auch das Hinterfragen.

DISCLAIMER

Die Social-Media-Kampagne zum 150-jährigen Jubiläum des Hermannsdenkmals verfolgt keine kommerziellen Ziele. Sie dient der kulturellen Öffentlichkeitsarbeit, der regionalen Sichtbarkeit sowie vor allem der niedrigschwelligen Aufklärung über generative Künstliche Intelligenz in Bezug auf Kunst, Kultur, Ethik und Umwelt. Wir sind kein geschichtswissenschaftliches Institut, unser Fokus liegt nicht auf historischer Forschung oder der Neudeutung bestehender Geschichtsbilder. Eine Kooperation des KreativInstituts.OWL mit dem Landesverband Lippe.

QUELLEN

abgerufen am 08.08.2025

[1] SPIEGEL - Das Hermannsdenkmal wird 150 - und immer häufiger zur Witzfigur - https://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/teutoburger-wald-das-hermannsdenkmal-bei-detmold-wird-150-und-immer-haeufiger-zur-witzfigur-a-da911478-a6df-4e4f-899f-6a8cfbdac5ac

[2] Instagram Reel Landesverband Lippe
https://www.instagram.com/p/DJtp5ouI-oU/

[3] Was sind kulturelle Gedächtnisräume? - Erinnern, Raum und das kulturelle Gedächtnis nach Aleida und Jan Assmann Fachartikel bei Geographica Helvetica (2023)
https://gh.copernicus.org/articles/78/143/2023/

[4] Assmann, Aleida. Erinnerungsräume: Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses, München, C.H. Beck, 1999: Standardwerk zum kulturellen Gedächtnis und zur Erinnerungskultur

[5] Hermanneum - Erlebniswelt am Hermannsdenkmal Offizielle Seite; digitale Erlebniswelt mit Breitwand-Kino am Hermannsdenkmal - https://www.hermannsdenkmal.de/hermann-erleben/hermanneum/

[6] Hermännchen - Website des Comics „Hermännchen"|
https://www.hermaennchen.de/

[7] Docupedia Zeitgeschichte - Erinnerungskulturen (Cornelißen) - Lexikonartikel von Christoph Cornelißen (2012)
https://zeitgeschichte-digital.de/doks/frontdoor/deliver/index/docId/265/file/docupedia_cornelissen_erinnerungskulturen_v2_de_2012.pdf

[8] Stadtwerke Detmold - Stadtwerke Detmold erfreut über Ansturm auf die Hermannente - Pressemeldung
https://www.stadtwerke-detmold.de/Kopfnavigation/Unternehmen/Pressemeldungen/Pressemeldungen/Stadtwerke-Detmold-erfreut-ueber-Ansturm-auf-die-Hermannente.html

[9] Lippische Wochenzeitung - Ampeln in Detmold Artikel vom 08.03.2025
https://lwz24.de/2025/03/08/52290/

[10] Hiddemann - ein Kunstwerk mit meinem bekanntesten Objekt - Projektseite auf stahl-zeit.de
https://www.stahl-zeit.de/projekte/hiddemann-ein-kunstwerk-mit-meinem-bekanntesten-objekt/

[11] Mythos Arminius - Folge 4 -Podcast-Episode auf Spotify - https://open.spotify.com/episode/7sCcDbUHqwmpfgDeEnx0To

[12] Hermannsdenkmal - Enzyklopädie-Eintrag
https://de.wikipedia.org/wiki/Hermannsdenkmal

[13] Radio Lippe - Der Hermann im Studio - KI macht's möglich - https://www.radiolippe.de/on-air/studioblog/der-hermann-im-studio-ki-machts-moeglich.html

[14] SPIEGEL - Das Hermannsdenkmal wird 150 - und immer häufiger zur Witzfigur - https://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/teutoburger-wald-das-hermannsdenkmal-bei-detmold-wird-150-und-immer-haeufiger-zur-witzfigur-a-da911478-a6df-4e4f-899f-6a8cfbdac5ac

[15] Lippische Landes-Zeitung - Podcast-Übersicht Übersichtsseite der LZ-Podcasts, u. a. „Mythos Arminius"
https://www.lz.de/podcast|

GLOSSAR!*

Hier bündeln sich zentrale Fachbegriffe zum Thema KI – von Modellen und Training bis zu Steuerparametern und Qualitätssicherung. Die Definitionen sind auf gängige Workflows ausgerichtet und bilden eine einheitliche Begriffsbasis für Planung, Umsetzung und Bewertung von KI-Projekten.

Autoregressives Modell
Erzeugt Ausgaben schrittweise, indem jedes neue Element (Token, Pixelblock) auf den bisherigen aufbaut. So arbeiten die meisten Sprachmodelle – und einige Bildmodelle – von links nach rechts bzw. von grob nach fein.

Bias (Verzerrung)
Systematische Schieflage in Daten oder Modellen, die zu unfairen oder stereotypen Ergebnissen führt (z. B. überrepräsentierte Hauttöne oder Berufe, die nur einem Geschlecht zugeordnet werden). Ursachen können unausgewogene Datensätze, fehlerhaftes Labeling oder Voreinstellungen sein; gegensteuern lässt sich mit diverseren Daten, Audits und klarer Kennzeichnung.

Captioning / Bildunterschriften fürs Training
Präzise, konsistente Beschreibungen der Trainingsbilder (Wer/Was/Wo/Wie: Motiv, Stil, Pose, Umgebung, Licht), die das Modell mit den richtigen Konzepten verknüpfen. Gute Captions erhöhen Qualität und Steuerbarkeit – automatische Beschriftungen können helfen, manuelles Feintuning bleibt aber oft überlegen.

CLIP (Text-Bild-Embeddings)
Ein Modell, das Texte und Bilder in einem gemeinsamen Bedeutungsraum (Embeddings) abbildet. So kann Text direkt beeinflussen, welche Bildinhalte erzeugt oder bevorzugt werden.

ControlNet
Erweiterung für Diffusionsmodelle, die zusätzliche Steuer-Signale (z. B. Kanten, Tiefenmap, Pose) nutzt, um Bildaufbau und Motiv präzise zu führen. So bleibt der kreative Stil frei, während die Struktur exakt kontrolliert wird.

Datensatz/Varianz (Perspektive, Licht, Kontext)
Die bewusste Vielfalt in Trainingsbeispielen – z. B. verschiedene Blickwinkel, Brennweiten, Posen, Lichtstimmungen, Hintergründe und Situationen. Hohe Varianz verhindert Overfitting und sorgt dafür, dass das Modell in neuen Szenen robust und flexibel bleibt.

Deepfake / visuelle Desinformation
Künstlich erzeugte oder manipulierte Medien, die echte Personen/Ereignisse täuschend echt erscheinen lassen. Ziele können u. a. Irreführung, Rufschädigung oder politische Beeinflussung sein.

Denoising
Entrauschen; Kernschritt bei Diffusionsmodellen: In jedem Iterationsschritt schätzt das Modell den Rauschanteil im aktuellen Bildzustand und entfernt ihn, sodass nach und nach das eigentliche Motiv sichtbar wird.

Diffusionsmodell(e)
Generatives Verfahren, das lernt, zufällig verrauschte Daten schrittweise zu „entrauschen". Beim Generieren startet es mit reinem Rauschen und rekonstruiert daraus Bild- oder Audiodaten.

Diskriminator
Teil eines GANs, der zwischen echten und vom Generator erzeugten Daten unterscheidet (z. B. „real" vs. „fake"). Sein Feedback trainiert den Generator, immer überzeugendere Ergebnisse zu liefern.

Filterblase
Algorithmische Personalisierung zeigt uns vor allem Inhalte, die zu unseren Vorlieben passen. Abweichende Perspektiven verschwinden aus dem Sichtfeld – Polarisierung kann zunehmen.

Flux Kontext (Kontextsteuerung)
Mechanismus in Flux-basierten Bildgeneratoren, mit dem über Kontext-Parameter/-Tokens globale Eigenschaften wie Stil, Stimmung oder Komposition konsistent gesteuert werden. Nützlich, um Reihen von Bildern mit gleichem „Look & Feel" zu erzeugen.

Flux Modell
Moderne Text-zu-Bild-Modelle der „Flux"-Familie; sie erzeugen realistische, konsistente Bilder und unterstützen feine Steuerung über Prompt und Kontext.

GAN (Generative Adversarial Network)
GANs bestehen aus einem Generator, der realistische Daten zu erzeugen versucht, und einem Diskriminator, der echte von künstlichen unterscheidet; beide verbessern sich im Wettstreit. „Modus-Kollaps" bezeichnet das Problem, dass der Generator nur wenige, sehr ähnliche Ergebnisse liefert und ganze Varianten („Modi") der Daten überspringt.

Generator
Teil eines generativen Modells (z. B. in GANs), der aus Rauschen bzw. einem latenten Code neue Daten erzeugt – mit dem Ziel, sie so realistisch zu machen, dass der Diskriminator sie für „echt" hält. Allgemein: die Komponente, die aus einer Repräsentation (Prompt/Latent) die Ausgabe (Bild, Text, Audio) produziert.

Hyperrealität / „Simulacra" (Baudrillard)
Theorie, nach der Zeichen und Modelle („Simulacra") die Realität überblenden und als „echter als echt" erscheinen. In der KI-Bildwelt können Inszenierungen so real wirken, dass das Original entwertet wird.

Iteration
Allgemeiner Wiederholungsschritt in einem Prozess. Beispiel: Die 30–50 „Steps" beim Sampling eines Diffusionsmodells sind Iterationen; auch Trainings-Epochen oder Versionsrunden sind Iterationen.

Iteratives Prompt-Tuning
Schrittweises Verfeinern eines Prompts anhand der jeweils erzeugten Ergebnisse. Kleine, gezielte Änderungen (inkl. Negativ-Prompts) und – falls nötig – gleicher Seed erleichtern das Diagnostizieren von Effekten und führen schneller zum gewünschten Look.

Latent Space (Latenter Raum)
Ein komprimierter Merkmalsraum, in dem komplexe Inhalte als Vektoren repräsentiert sind. Verschiebungen in diesem Raum ändern Eigenschaften von Bildern (z. B. Stil, Perspektive), ohne auf Pixel-Ebene zu arbeiten.

LoRA (Low-Rank Adaptation)
Effiziente Feinabstimmung großer Modelle, bei der kleine Zusatzmatrizen („Adapter") gelernt und auf das eingefrorene Basismodell aufgesetzt werden. Das spart Rechenleistung, braucht wenig Daten und liefert kompakte „LoRA-Gewichte", die sich je nach Stil/Charakter ein- und ausschalten lassen.

Memetic Warfare
Strategischer Einsatz von Memes und viralen Frames, um Deutungen zu prägen und Gegner zu delegitimieren. Wirkt schnell, emotional und schwer überprüfbar.

Mere-Exposure-Effekt
Je öfter wir etwas sehen, desto positiver bewerten wir es – selbst ohne inhaltliche Argumente. Das erklärt, warum wiederholte KI-Bilder schnell „vertraut" wirken.

Node
Baustein in einem node-basierten Workflow - Jeder Node führt exakt eine Operation aus und besitzt Ein-/Ausgänge. Durch das Verbinden der Nodes entsteht ein gerichteter Graph – eine transparente, reproduzierbare Pipeline, die sich modular erweitern, verzweigen und wiederverwenden lässt.

OpenPose
Verfahren zur Schätzung menschlicher Körper-Keypoints als „Skelett". In Bildpipelines dient es als Leitfigur, um Haltung und Bewegung einer Person vorzugeben.

Prompt / Prompting
Die textliche (oder bildgestützte) Anweisung an ein KI-Modell, die Inhalt, Stil und Komposition steuert. Gutes Prompting strukturiert klar (Motiv, Look, Licht, Format) und grenzt Unerwünschtes ggf. per Negativ-Prompt aus.

Sampling / Denoising (Entrauschen)
„Sampling" bezeichnet die Iterationsschritte, mit denen ein Modell eine Ausgabe erzeugt. „Denoising" ist dabei das Kernmanöver: In jedem Schritt schätzt das Modell das Rauschen im aktuellen Bildzustand und entfernt es Stück für Stück.

Seed
Startzahl für den Zufallsgenerator eines Modells. Mit demselben Seed lässt sich ein Ergebnis reproduzieren bzw. gezielt leicht variieren.

Source-Monitoring-Error
Gedächtnisfehler: Wir verwechseln, woher eine Information stammt (z. B. echtes Foto vs. KI-Bild). Das fördert falsche Zuschreibungen und Fehleinschätzungen von Glaubwürdigkeit.

Stable Diffusion
Offene Text-zu-Bild-Modelle auf Basis latenter Diffusion: Sie erzeugen Bilder aus Text, arbeiten komprimiert im Latentraum (VAE) und entrauschen per U-Net schrittweise.

Steps (Sampling-Schritte)
Anzahl der Iterationen, in denen ein Diffusionsmodell Rauschen entfernt. Mehr Steps bedeuten oft höhere Detailqualität, kosten aber Zeit (mit abnehmendem Mehrwert).

Text-to-Image
Aus reiner Texteingabe werden passende Bilder erzeugt. Der Text wird in eine Repräsentation übersetzt, die die Bildgenerierung in Stil/Motiv/Komposition steuert.

U-Net
Neuronale Netzwerk-Architektur mit Encoder–Decoder und Skip-Verbindungen. In Diffusionsmodellen sagt das U-Net auf mehreren Auflösungsebenen vorher, welcher Anteil „Rauschen" entfernt werden muss.

VAE / Variational Autoencoder
Kompressions- und Generationsmodell, das Daten in einen kompakten, probabilistischen „latenten" Code übersetzt und daraus wieder rekonstruiert. In vielen Bildgeneratoren ermöglicht der VAE effiziente Arbeit im verkleinerten Latentraum.

Von Prompt bis Praxis - im Team.

KI auf die Hand? Wir unterstützen! Im KIO widmen wir uns den kreativen Potenzialen generativer KI - aber auch den Fragen, die das Thema aufwirft. Und freuen uns dabei besonders über Teamwork und Kollaboration. In aufschlussreichen Workshops, geselligen Austauschformaten und informativen Beratungsgesprächen können wir Wissen vermitteln, Erfahrungen teilen und gemeinsam über ethische Aspekte nachdenken.

Wer jetzt schon einen tieferen Blick in unseren Forschungsschwerpunkt „Künstliche Intelligenz" werfen möchte, oder hinter die Kulissen des Hermann-Projekts schauen will, findet weitere Informationen zu diesen Themen online unter kreativ.institute oder hermann.institute

Neugierig geworden? Lass' von dir hören!

IM KIO GIBT ES...

- Workshops
- Hardware & Infrastruktur
- Kampagnen
- Trainierte Modelle, LoRAs
- Beratung
- Veranstaltungen, Austauschformate

hallo@kreativ.institute

GEFÖRDERT DURCH

Ministerium für Wirtschaft,
Industrie, Klimaschutz und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

REDAKTION
Anna-Lena Büker
Lutz Gottschalk
Kim Salscheider
Nils Kroeger
Jan Willem Henckel
Stella-Lynn Krysztofiak

GESTALTUNG
Stella-Lynn Krysztofiak

HERAUSGABE
UND V.I.S.D.P.
Technische Hochschule OWL
KreativInstitut.OWL
Emilienstraße 45
32756 Detmold

VERTRETEN DURCH
Guido Falkemeier
Leonie Hans
Kristina Heidebrecht

REDAKTIONSSCHLUSS
30.09.2025
Änderungen bei technischen
Angaben bleiben vorbehalten.
Alle Rechte vorbehalten.

DRUCK
Druckerei David in Lemgo

Hier geht's zur
digitalen Version!

KreativInstitut.
Ostwestfalen-Lippe

KREATIVITÄT LIEBT GESELLSCHAFT - MELD' DICH!

KONTAKT
hallo@kreativ.institute

POSTALISCHE ANSCHRIFT
Technische Hochschule
Ostwestfalen-Lippe
KreativInstitut.OWL
Emilienstraße 45
32756 Detmold

ANFAHRT
Kreativ Campus Detmold
Bielefelder Straße 66a
32756 Detmold

© KREATIVINSTITUT.OWL
DETMOLD 2025