

# Content Marketing mit KI

PRVA-Talk

6.4.2022

Alexandra Ciarnau  
Sabine Hedl

**D O R D A**

WIR SCHAFFEN KLARHEIT.

# Ansprechpartner



**Mag Alexandra Ciarnau**

- Rechtsanwältin und Co-Leiterin der Digital Industries Group bei DORDA
- Universität Wien, Mag iur 2015
- Fachliche Schwerpunkte: Digitalisierung, Compliance, IT-Recht, E-Commerce, Wettbewerbsrecht
- Mitglied der DORDA Digital Industries & Sustainability Practice Group
- Autorin von Fachpublikationen in den Bereichen Digitalisierung, E-Commerce und Compliance
- Regelmäßig Vortragende bei Fachseminaren und Konferenzen
- Rising Star 2019 im IPstars Ranking
- Notable Practitioner 2020 im IPstars Ranking

# Ansprechpartner



**Mag Sabine Hedl, BSc**

- Rechtsanwaltsanwärtlerin bei DORDA
- Universität Wien, Mag iur 2020
- Wirtschaftsuniversität Wien, BSc 2017
- Fachliche Schwerpunkte: Datenschutz, Digitalisierung, IT-Recht, E-Commerce, IP
- Mitglied der DORDA Digital Industries & Sustainability Practice Group
- Autorin von Fachpublikationen

# Agenda

1. Grundlagen zu KI
2. Einsatz von KI im Content-Marketing
  - i. Use Cases
  - ii. Rechtliche Rahmenbedingungen
3. Ausblick auf den AI Act
4. Praxistipps beim Einsatz von AI

# Grundlagen zu KI

## Künstliche Intelligenz

ist die Fähigkeit von Computersystemen, Aufgaben auszuführen, die normalerweise menschliche Intelligenz erfordern

### schwache KI

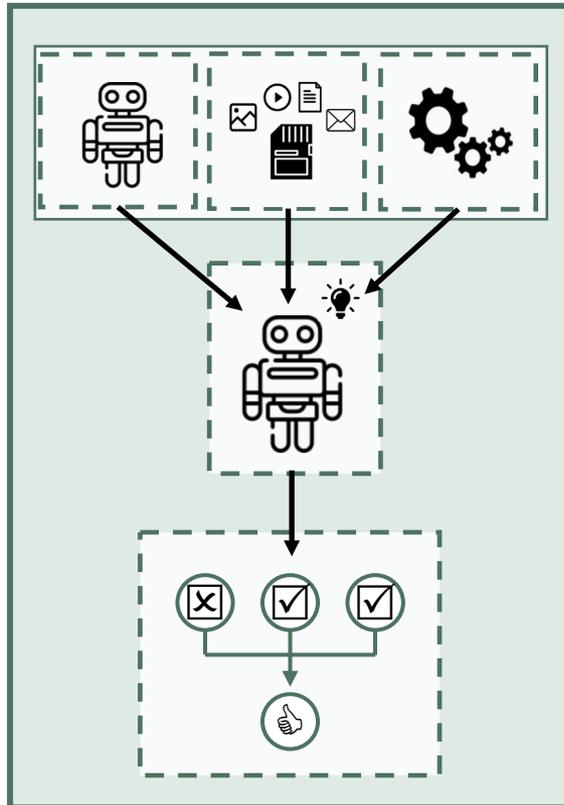
- besitzt keine Kreativität
- keine Fähigkeit, im universellen Sinn zu lernen
- Anwendung:
  - Trainieren von Erkennungsmustern (Machine Learning)
  - Abgleichen von großen Datenmengen
- Richtig gut, um definierte Aufgaben mit festgelegter Methodik zu bewältigen

### starke KI

- erreicht menschliche Intelligenz
  - kann selbstständig Aufgabenstellungen erkennen und dafür Wissen aufbauen und aneignen
  - schafft neuartige und kreative Lösungswege
- Realisierung noch nicht möglich

# Grundlagen zu KI

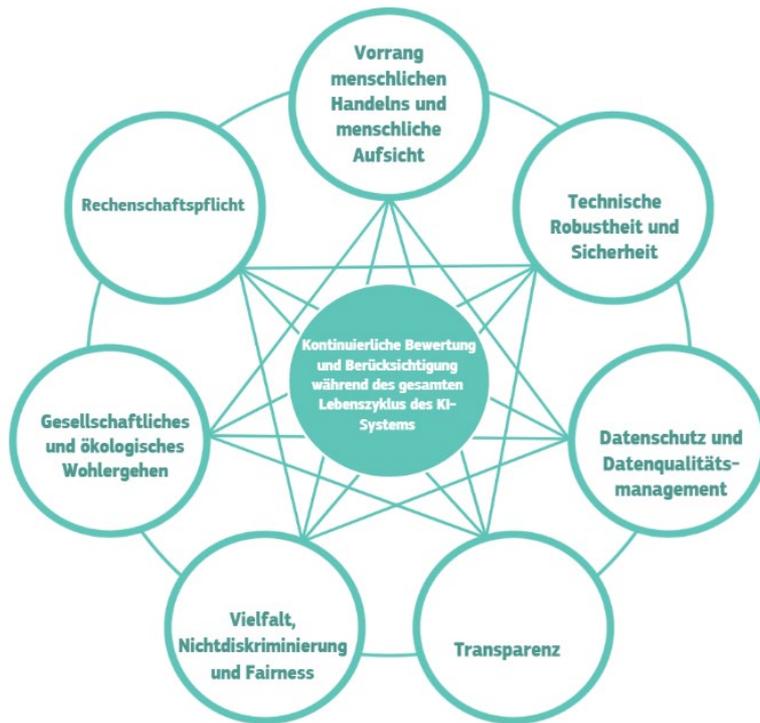
## Aufbau eines KI-Systems



- untrainiertes KI-System
- Input Daten
- Algorithmus
  
- trainiertes KI-System
  
- Entscheidungsfindung durch KI-System

# Grundlagen zu KI

## Wesentliche Guidance für den Aufbau eines KI-Designs



Quelle: Europäische Kommission, Generaldirektion Kommunikationsnetze, Inhalte und Technologien, *Ethik-Leitlinien für eine vertrauenswürdige KI*, Publications Office, 2019, S 18

### Leitlinien und Grundsätze

- KI-Expertengruppe der EU-Kommission
- OECD

### insb:

- **menschliche Aufsicht:** Prozesse überwachen
- **Transparenz:** sowohl gegenüber Usern als auch intern
- **Vielfalt, Nichtdiskriminierung und Fairness:** Auskünfte und Antworten auf Fragen dürfen keinen User diskriminieren

# Einsatz von KI im Content Marketing

## KI ermöglicht zielgerichtetes Marketing

- ohne Personalisierung:
  - **Analyse** von präsentiertem Content
  - Möglichkeit, beliebten Content häufiger und prominenter zu präsentieren
  
- mit Personalisierung:
  - gruppenbasiert:
    - **Content-Produktion** und Präsentation an der Gruppe ausrichten
  - individuell:
    - am stärksten **personalisiertes Marketing**
    - Daten über frühere Käufe, Interessen, Alter, Geschlecht, in Cookies gespeicherte Informationen über erfolgreiche und erfolglose Werbeschaltungen

# Einsatz von KI im Content Marketing

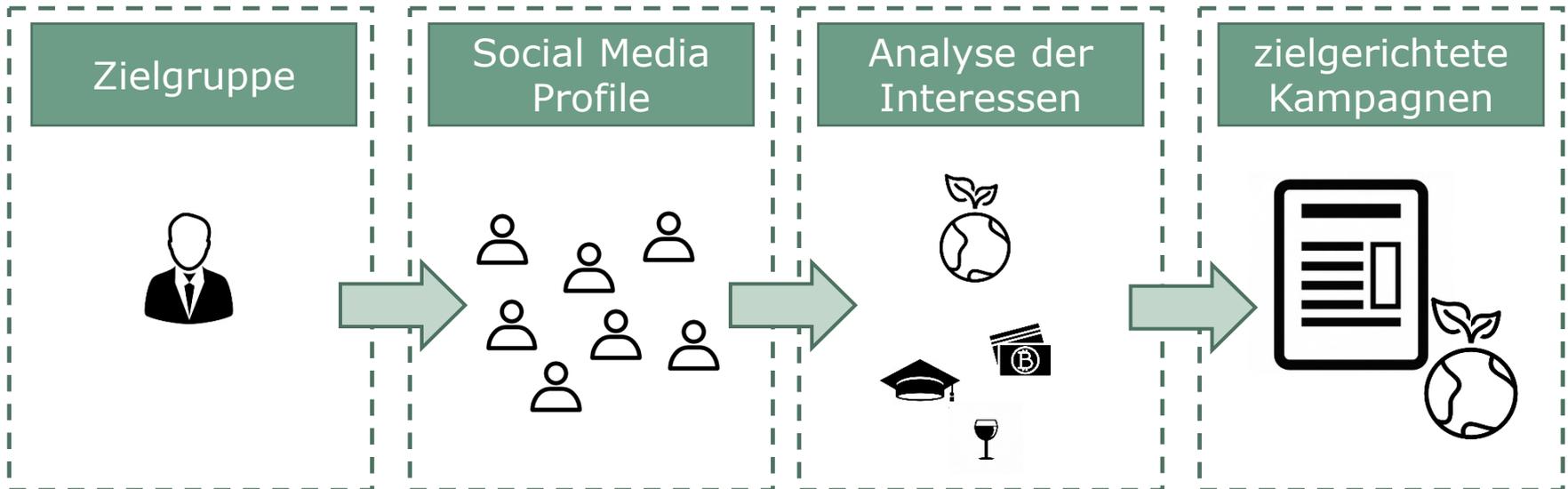
## Uses Cases – Unternehmenskommunikation

- **Datengetriebene Kommunikationskampagnen**
  - zB optimierter Newsletter-Versand oder Social Media Posts
- **Automatisierung wiederkehrender Aufgaben**
  - zB Social Postings, Kalendereinträge
- **Influencer Marketing**
  - Herausfiltern von relevanten Influencern durch Daten- und Content-Analysen
- **Unterstützung im Krisenmanagement**
  - durch Filtern und Analysieren eingehender Daten
    - direkte Kommunikation an Unternehmen
    - Daten aus Sozialen Netzwerken (**Social Listening**)
- **Einschränkungen**

kreative Prozesse (zB Kampagnen, persönlicher Kontakt mit Schlüsselpersonen und Gruppen, etc) vorerst nicht möglich

# Einsatz von KI im Content Marketing

## Use Cases in der Unternehmenskommunikation



# Einsatz von KI im Content Marketing

## Rechtliche Grenzen?

- Anreicherung der Datenbank
  - Erhebung öffentlich zugänglicher Daten
    - berechtigte Interessen gem Art 6 Abs 1 lit f DSGVO
    - Anonymisierung der Daten empfehlenswert
  - Erhebung der Daten bei Betroffenen zur Anreicherung der Datenbank
    - Einwilligungspflicht bei Cookies (§ 165 Abs 2 TKG iVm Art 7 DSGVO)
    - berechtigte Interessen zur Verarbeitung zu Marketingzwecken gem Art 6 Abs 1 lit f DSGVO
- Zusendung Newsletter
  - Einwilligung gem § 174 Abs 3 TKG
- Ausspielung zielgerichteter Kampagnen auf Websites
  - Einwilligungspflicht bei Cookies (§ 165 Abs 2 TKG iVm Art 7 DSGVO)
    - Erhebung Userdaten zur Kategorisierung des Users
    - Verarbeitungszweck muss von der Einwilligung im Cookie-Banner gedeckt sein
  - keine erhebliche Beeinträchtigung bei individualisierter Werbung iSd Art 22 DSGVO

# Einsatz von KI im Content Marketing

## Use Case – Chatbots

- ermöglichen automatisierte, meist textbasierte Kommunikation
- Mikrokommunikation: direkte Verbindung zwischen Unternehmen und Kunden in Echtzeit
- Arten von Bots:
  - regelbasierte Bots: greifen auf ein bestehendes Set an Begriffen und Befehlen zurück (keine KI)
  - selbstlernende Bots: Aneignung neuer Begriffe und Lösungen durch maschinelles Lernen
  - universelle oder themenspezifische Bots: Unterscheidung nach Inhalt
  - eigenständige Bots: auf Websites oder in Apps aktiviert
  - integrierte Bots: innerhalb von Messenger Diensten aktiviert
  - akustische Bots (zB Siri) oder schriftliche Bots

# Einsatz von KI im Content Marketing

## Rechtliche Grenzen?

- **Datenschutz (DSGVO und DSG)**
  - Berücksichtigung automatisierter Datenverarbeitung in Datenschutzhinweisen
  - Löschkonzept  
(zB Speicherung für maximal 6 Monate auf Basis überwiegender berechtigter Interessen)
  - Berücksichtigung von Art 22 DSGVO bei automatisierter Entscheidungsfindung
    - Rechtsgrundlage: Vertragserfüllung, Zulässigkeit aufgrund von Rechtsvorschriften oder ausdrückliche Einwilligung
    - Einschränkung bei sensiblen Daten gem Art 9 Abs 1 DSGVO
  
- **UWG**
  - keine irreführenden oder sonst unlauteren Geschäftspraktiken

# Einsatz von KI im Content Marketing

## Rechtliche Grenzen?

- Artificial Intelligence Act (AI Act)
  - Kommissionsentwurf
  - Kurzüberblick:
    - Verbot von KI-Anwendungen mit unannehmbarem Risiko
    - starke Reglementierung von KI-Anwendungen mit hohem Risiko
    - Bestimmte Verpflichtungen für Anwendungen mit geringem Risiko (zB Chatbots, Deep Fakes):
      - Transparenz und Kennzeichnungspflicht: User müssen erkennen können, dass sie mit einem KI-System interagieren
      - Bereitstellung von Informationen über die allgemeine Funktionsweise der KI

# Einsatz von KI im Content Marketing

## Use Case – Propensity Modellierung

- Affinitätsmodelle: Bestimmung der Neigung des Users, eine bestimmte Aktivität auszuführen
  - zB Kauf, Warenkorbabbruch, Retouren, Anmeldung zu Newsletter, Kommunikation zum Unternehmen
- Festlegung des Zeitpunkts für effektive Anreize

Beispiel: Kaufanreize steuern



# Einsatz von KI im Content Marketing

## Rechtliche Grenzen?

- Einwilligungspflicht, wenn Cookies gesetzt werden (§ 165 Abs 2 TKG iVm Art 7 DSGVO)
  - Erhebung Userdaten
  - Analyse des Userverhaltens und der -interessen
  - Zielgerichtete Werbeausspielungen
  - Verarbeitungszweck muss von der Einwilligung im Cookie-Banner gedeckt sein
- Umsetzung eines Löschkonzepts
  - Datenanonymisierung als Alternative zur Löschung

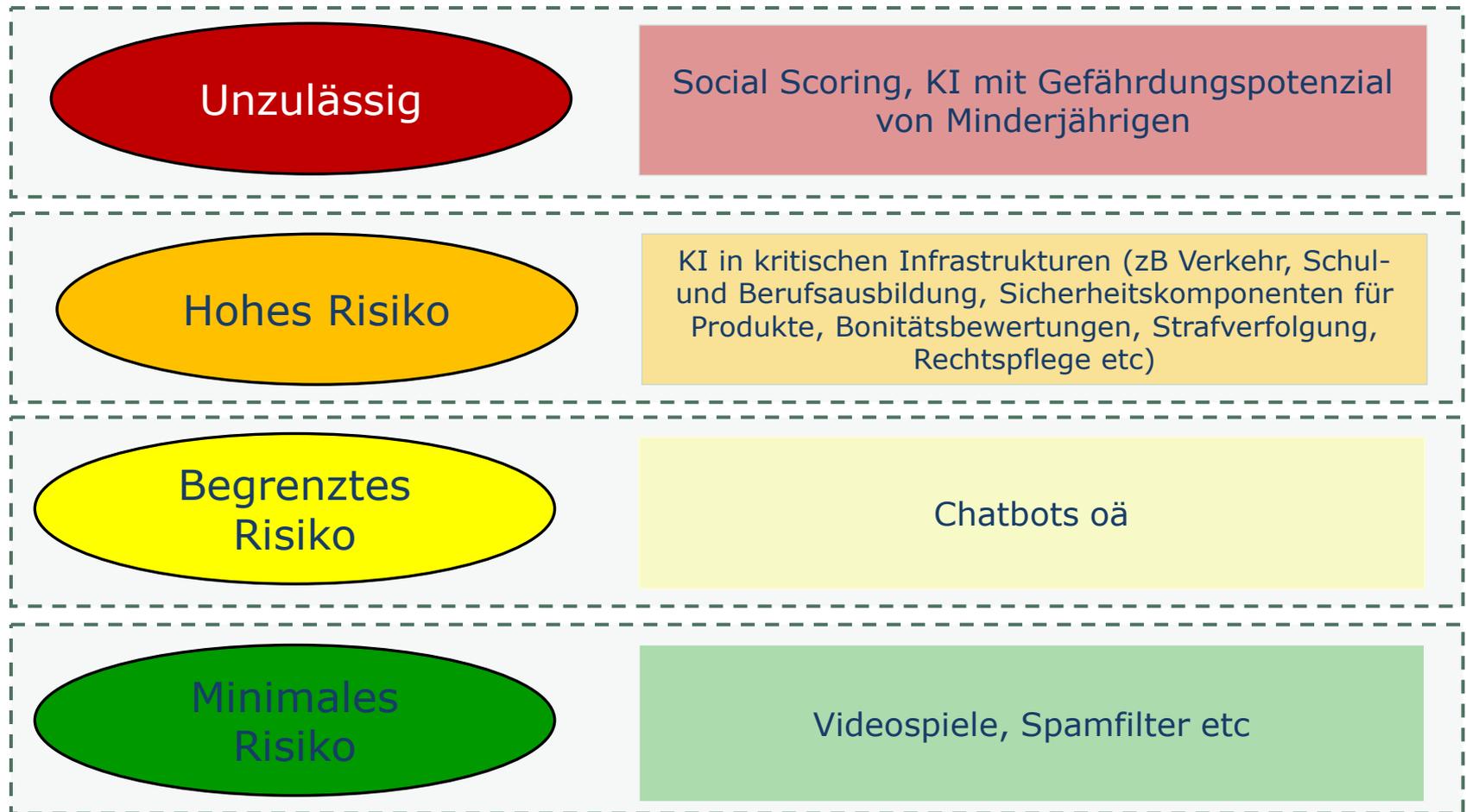
# Ausblick auf den AI Act

## Anwendungsbereich

- Regulierung von KI, die
  - (i) mit natürlichen Personen interagieren,
  - (ii) Fotos, Videos und Audiodateien manipulieren oder
  - (iii) Hochrisikobereiche betreffen.
- AI Act erfasst auch KI-Anwendungen außerhalb der EU, sofern EU-Bürger betroffen sind
- Nimmt Hersteller, Importeure und Händler in die Pflicht

# Ausblick auf den AI Act

## Risikobasierter Ansatz und abgestuftes Pflichtenregime



# Ausblick auf den AI Act

## Maßnahmen zur Förderung von Innovation

- Regulatory Sandbox-Programme
  - Testing von KI-Anwendungen unter Behördenaufsicht
  - KMUs und Startups sollen bevorzugt aufgenommen werden
- Strafen
  - bis zu 6% des weltweiten Jahresumsatzes oder 30 Millionen Euro für bestimmte Verstöße (zB verbotene Praktiken gem Art 5)
  - bis zu 4% des weltweiten Jahresumsatzes oder 20 Millionen Euro für bei Verstößen von KI-Systemen gegen die festgelegten Anforderungen und Pflichten
  - bis zu 2% des weltweiten Jahresumsatzes oder 10 Millionen Euro bei falschen, irreführenden oder unvollständigen Angaben gegenüber Behörden auf deren Auskunftsverlangen

# Praxistipps beim Einsatz von KI

- ✓ KI-Konzept hinterfragen und verstehen
- ✓ Durchführung eines AI Impact Assessments
  - ✓ Evaluierung potentieller Gefahren für Rechte und Freiheiten der Betroffenen
  - ✓ Rechtlicher Compliance-Check
  - ✓ Security-Check
  - ✓ Bias-Check, insb Implementierung von Monitoring- und Warnsystemen
- ✓ Umsetzung von Informations-, Dokumentations- und Kennzeichnungspflichten etc
- ✓ Laufende Wartung, Upgrades & Updates der KI-Systeme → Behebung von Fehlerquellen und Aufwertung der Datensets

# Kontakt

Mag Alexandra Ciarnau

T: +43 1 533 47 95 – 23

E: [alexandra.ciarnau@dorda.at](mailto:alexandra.ciarnau@dorda.at)



**DORDA Rechtsanwälte GmbH** · Universitätsring 10 · 1010 Wien

**International Law Office - Information Technology Award for Austria 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 & 2019**

**International Law Office - E-Commerce Award for Austria 2012 & 2013**

**Managing IP Awards – Austrian Firm of the Year for Copyright & Design 2020**

**D O R D A**

**CLARITY.**

---