

KI-generiertes Personenbild – keine reale Person dargestellt. Tool: DALL·E / OpenAI

Der neue Mensch kommt nicht aus dem Labor, sondern aus dem Bildgenerator.

Die neue Unruhe der People-Fotografie

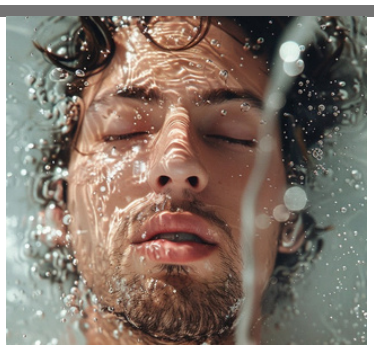
Victor Frankenstein wollte kein Monster bauen. In Mary Shelleys Roman *Frankenstein oder Der moderne Prometheus* erschafft ein junger Wissenschaftler ein künstliches Wesen – und verliert die Kontrolle über das, was er in die Welt gesetzt hat. Genau deshalb passt die alte Figur so erstaunlich gut in die Gegenwart der KI-generierten People-Bilder: Auch heute entstehen Menschen aus Teilen, Mustern und Wahrscheinlichkeiten. Nur nicht mehr im Labor, sondern im Interface. Nicht mit Nadel, Strom und Skalpell, sondern mit Prompt, Trainingsdaten und Rechenleistung.

Der neue künstliche Mensch sieht nicht aus wie eine Kreatur aus dem Labor. Er lächelt freundlich, wirkt glaubwürdig, professionell, sympathisch – und oft so passend, dass man erst einmal keinen Grund hat, an ihm zu zweifeln. Er sitzt in Meetingräumen, steht in Arztpraxen, wirbt für Versicherungen, blickt betroffen in die Kamera oder spaziert scheinbar beiläufig durch Venedig. Nur: Diese Person war nie dort. Sie wurde nicht fotografiert. Sie hat keine Biografie, keine Einwilligung gegeben, kein Honorar bekommen, kein Recht am eigenen Bild eingefordert. Sie ist ein Bild von einem Menschen, aber kein Mensch.

Genau darin liegt die neue Unruhe der People-Fotografie. Menschenbilder waren nie neutral. Werbung, Stockfotografie und Unternehmenskommunikation haben immer Rollenbilder erzeugt: die perfekte Familie, den motivierten Mitarbeiter, die souveräne Ärztin – ebenso wie die erschöpfte Pflegekraft, den einsamen alten Menschen oder die trauernde Angehörige. Früher brauchte es dafür mindestens eine reale Person, ein Shooting, eine Lizenz, einen Ort, eine Kamera. Heute reicht eine Textbeschreibung. Damit verändert sich nicht nur die Produktion, sondern auch das Verhältnis zwischen Bild, Quelle und Verantwortung



Von Ute Jansing



KI-generiertes Personenbild – keine reale Person dargestellt. Tool: Ideogram

Der Vorteil ist real

Man sollte KI-generierte People-Bilder nicht vorschnell als reine Bedrohung abtun. Für viele Anwendungen sind sie praktisch und oft sinnvoll. Sie können Kosten senken, Varianten schneller verfügbar machen, Bildideen visualisieren, Motive erzeugen, die mit realen Menschen schwer oder gar nicht umsetzbar wären. Wo Budgets knapp oder Timings eng sind, können sie Motive ermöglichen, für die früher ein eigenes Shooting mit realen Personen nötig gewesen wäre. In der Mode- und Werbebranche ist dieser Effizienzgewinn längst ein harter Faktor. Zalando berichtete laut Reuters, dass generative KI Bildproduktionen deutlich beschleunigt und Kosten massiv reduziert habe. Darin liegt der Reiz weit über die Modebranche hinaus: People-Bilder lassen sich schneller variieren, an Zielgruppen anpassen und für Kanäle oder Themen nutzen, die real schwer zu inszenieren sind. Aus einer Idee wird schneller eine passende Bildwelt. Auch ethisch kann das sinnvoll sein: Bei sensiblen Themen muss nicht zwingend eine reale betroffene Person gezeigt werden. Ein klar gekennzeichnetes KI-Symbolbild kann schützen – solange es nicht als echter Mensch oder realer Fall erscheint.

Die neue Wirklichkeit, die es nicht gab

People-Bilder aus KI wirken oft wie Fotografien, sie entstehen aber nicht aus einem beobachteten Augenblick, sondern aus der Verdichtung visueller Muster. Ein Bildgenerator „weiß“ nicht, wer der Mensch im Bild ist. Es wird errechnet, wie eine plausible Person in einem plausiblen Kontext aussehen könnte. Nähe zur Realität ist also nur ein Stilmittel. Das macht diese Bilder so wirksam. Menschen reagieren auf Gesichter schnell, emotional und sozial. Ein Gesicht kann Nähe, Vertrauen, Kompetenz, Mitleid oder Kaufbereitschaft auslösen. Genau deshalb sind synthetische People-Bilder mehr als dekorative Technik. Die Gefahr liegt nicht nur in der “Fälschung”, sondern auch in der Gewöhnung. Irgendwann fragen wir dann nicht mehr nur: Ist dieses KI-Bild echt? Sondern auch: Ist dieses echte Foto vielleicht KI?



KI-generiertes Personenbild – keine reale Person dargestellt. Tool: Midjourney

Prompting-Beispiel: Ähnliches Bild – Quelle(n) unbekannt

Für einen Test wurde ein vorhandenes People-Bild als Referenz bei ChatGPT hochgeladen. Die Aufgabe lautete, ein ähnliches Bild zu generieren. Das Ergebnis (Bild unten) wirkte glaubwürdig: mehrere Menschen in einer Gesprächssituation, passende Kleidung, Gesten, Raumwirkung und Atmosphäre. Danach stellte sich die eigentliche Frage: Woher kommen die neu erzeugten Personen – und wie entsteht ihr Aussehen? Auf die Nachfrage „Nenne mir nun die Quellen für die Bildinhalte außerhalb von meinem Bild – wie kommst du auf das Aussehen der Menschen?“ antwortete ChatGPT, die zusätzlichen Bildinhalte stammten „nicht aus konkreten externen Quellen und nicht aus recherchierten Personenbildern“. Es seien keine Websuche, keine Bilddatenbank und keine bestimmte Fotografie verwendet worden. Das Aussehen der Menschen entstehe vielmehr aus drei Faktoren: dem hochgeladenen Bild als Stil- und Szenenreferenz, allgemeinem Modellwissen über solche Situationen und der konkreten Prompt-Vorgabe. Aus der Referenz würden Setting, Bildlogik und Atmosphäre abgeleitet – etwa Raumtyp, Möbel, Gesprächsgruppen, erwachsene Teilnehmende und dokumentarischer Eventfoto-Look. Aus dem Modellwissen kämen plausible Variationen hinzu: Alter, Kleidung, Körperhaltung, Mimik, soziale Rollen, Tassen, Gläser, Brillen, Frisuren oder Gesten.
Der entscheidende Punkt: Die dargestellten Menschen seien „keine identifizierbaren realen Personen aus einer bestimmten Quelle“, sondern synthetisch erzeugte, plausible Eventteilnehmende. Das klingt zunächst beruhigend: keine konkreten Quellen, keine recherchierten Personen, keine kopierten Gesichter. Zugleich zeigt es das eigentliche Problem. Der Bildgenerator erschafft Menschen nicht aus dem Nichts, sondern aus gelernten visuellen Mustern.

KI-generiertes Personenbild – keine reale Person dargestellt. Tool: DALL·E / OpenAI





KI-generiertes Personenbild – keine reale Person dargestellt. Tool: DALL·E / OpenAI

Schönheit aus der Maschine

Der Bildgenerator liefert nicht neutral, sondern wahrscheinlich. Und wahrscheinlich ist oft das, was in Trainingsdaten häufig, erfolgreich, sichtbar oder ästhetisch belohnt wurde. Das kann Klischees verstärken. Studien zu Text-zu-Bild-Systemen zeigen, dass KI-Bilder Geschlechterrollen, Hauttöne, Berufe und kulturelle Codes verzerren oder vereinheitlichen können. In einer Untersuchung zu Stable Diffusion wurden deutliche stereotype Muster und homogenisierte Darstellungen bestimmter Gruppen beschrieben. Andere Arbeiten zeigen, dass auch scheinbar neutrale Prompts keine neutrale Repräsentation garantieren. Für People-Bilder heißt das: Der „perfekte" Mensch entsteht nicht zufällig. Er ist das Ergebnis von Trainingsdaten, Modellentscheidungen, Prompting und Auswahl. Wer KI-Bilder veröffentlicht, entscheidet also mit, welche Gesichter, Körper, Altersbilder, Rollenbilder entstehen.

KI-Agenten: vom Prompt zur Bildregie

Der nächste Schritt ist nicht einfach der bessere Bildgenerator. Die Arbeit verschiebt sich schon jetzt vom einzelnen Prompt zum gesteuerten Bildprozess: Referenzbilder, Moodboards, Masken, Stilvorgaben, Varianten, Korrekturen, Metadaten und Veröffentlichungsformate greifen ineinander. KI-Systeme werden damit weniger zum Knopf, der ein Bild ausspuckt, sondern eher zu Werkzeugketten, die Bildideen entwickeln, prüfen, variieren und ausspielen. Für People-Bilder ist das besonders heikel. Dieselben Systeme, die künftig Kennzeichnung, Stereotype, Rechtehinweise oder zu starke Ähnlichkeit mit realen Personen mitprüfen könnten, können auch massenhaft synthetische Gesichter erzeugen – für Werbung, Social Media, politische Kommunikation oder Fake-Testimonials. Die Frage ist deshalb nicht nur, was ein Bildgenerator kann, sondern wer den Prozess steuert. Damit verändert sich auch die Arbeit am Bild. Fotograf:innen, Bildredakteur:innen und Art-Direktor:innen werden nicht einfach durch „Prompt-Schreiber" ersetzt. Eher entsteht eine neue Mischrolle: Bildregie für synthetische Medien. Wer gute KI-People-Bilder erzeugt, braucht fotografisches Wissen, visuelle Ethik, Prompt-Kompetenz, Rechtsbewusstsein, Stilgefühl und kritische Auswahlfähigkeit. Professionell wird das Ergebnis erst, wenn Bildverständnis, Auswahl und Nachbearbeitung zusammenspielen.



KI-generiertes Personenbild – keine reale Person dargestellt. Tool: Ideogram



KI-generiertes Personenbild – keine reale Person dargestellt. Tool: DALL·E / OpenAI

Was ist schon sichere Herkunft?

KI-Agenten können bei der Prüfung von People-Bildern helfen: nicht als Wahrheitsmaschine, sondern als Dokumentations- und Kontrollwerkzeug. Sie können Prompts, Referenzbilder, Toolangaben, Bearbeitungsschritte und Metadaten erfassen, Ähnlichkeiten zu realen Personen markieren und Kennzeichnungen für die Veröffentlichung vorbereiten. Absolute Sicherheit gibt es aber nicht. Metadaten können fehlen, Toolangaben ungenau sein, Referenzbilder unklar bleiben, Labels verloren gehen oder nachträglich ergänzt werden. Belastbarer wird Herkunft nicht durch ein Tool, sondern durch nachvollziehbare Dokumentation – vom Prompt über Bearbeitungsschritte bis zur Veröffentlichung.

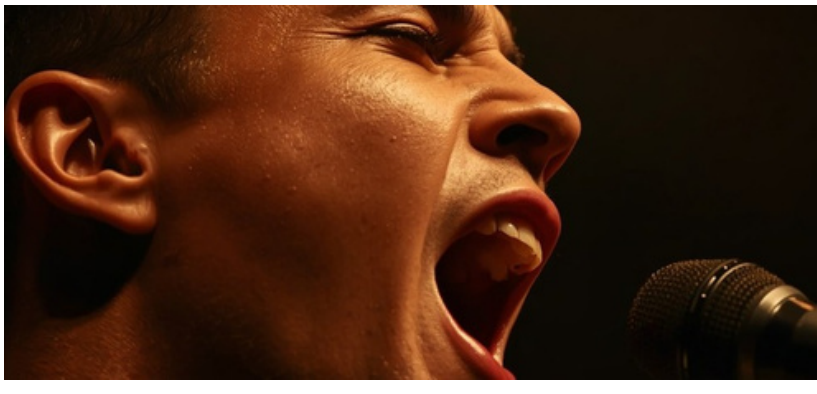
Blick nach vorn: People-Bilder im Jahr 2033?

Vielleicht wirken KI-People-Bilder in einigen Jahren so normal wie heute Stockfotos. Vielleicht wird niemand mehr fragen, ob die Person existiert, solange das Bild korrekt gekennzeichnet ist. Vielleicht entsteht aber auch eine Gegenbewegung: echte Fotografie als Qualitäts- und Vertrauenszeichen. „Mit Kamera aufgenommen" könnte zu einem Wertversprechen werden, ähnlich wie „handgemacht", „bio" oder „fair produziert".

Wahrscheinlich wird die Zukunft uneinheitlich. In der schnellen Werbung werden synthetische Personenbilder weiter zunehmen, weil sie billig, flexibel und skalierbar sind. In Journalismus, Wissenschaft, Justiz, Medizin, Politik und dokumentarischer Fotografie dürfte der Bedarf an überprüfbarer Herkunft dagegen wachsen. Manche Länder und Märkte werden großzügiger damit umgehen, andere strenger. Manche Marken werden KI-Ästhetik offensiv nutzen, andere werden „real people, real photography" zum Profil machen. Die entscheidende Frage lautet also nicht: Werden KI-People-Bilder verschwinden? Das werden sie nicht. Die Frage lautet: Welche Bilder dürfen Vertrauen beanspruchen – und welche nur Aufmerksamkeit?



KI-generiertes Personenbild – keine reale Person dargestellt. Tool: DALL·E / OpenAI



KI-generiertes Personenbild – keine reale Person dargestellt. Tool: Leonardo

KI-generiertes Personenbild – keine reale Person dargestellt. Tool: Midjourney



Die neuen Regeln der künstlichen Menschen

Vielleicht braucht es für KI-generierte People-Bilder weniger Verbote als ein neues Bewusstsein dafür, wo aus einer praktischen Bildlösung ein Missverständnis entstehen kann. Ein Ansatz, um das Thema greifbarer zu machen, könnte so aussehen:

1.) Keine KI-Person als echte Person ausgeben: Z. B. nicht als Kundschaft, Mitarbeitende, Patient:innen, Expert:innen oder Betroffene.

2.) Keine Nachbildung ohne Einwilligung: Reale Personen nicht imitieren oder über Referenzen annähern.

3.) Sensible Themen klar kennzeichnen: Je heikler der Kontext, desto eindeutiger das Label.

4.) Klischees mitprüfen: Nicht nur Bildfehler suchen, sondern auch Rollenbilder und Stereotype.

5.) Entstehung dokumentieren: Tool, Prompt, Bearbeitung und Zweck festhalten.

6.) Nicht als Beleg einsetzen: In dokumentarischen, journalistischen oder beweisrelevanten Kontexten dürfen KI-generierte People-Bilder nicht wie Fotografien eingesetzt werden.

People-Bilder sind nie nur Dekoration. Sie erzählen, wer dazugehört, wem wir glauben, wer kompetent wirkt, wer Mitleid verdient, wer schön, krank, stark, schwach, modern oder alt erscheint. Wenn solche Bilder zunehmend synthetisch entstehen, müssen wir genauer hinsehen.

STATEMENTS

Wird das normal – und wo ist die rote Linie?

Wie selbstverständlich werden KI-generierte People-Bilder – und wo beginnt die Täuschung? Dazu habe ich zwei Stimmen eingeholt, die das Thema aus unterschiedlichen Richtungen betrachten: Merzmensch, alias **Vladimir Alexeev**, Kulturwissenschaftler, Publizist und Künstler mit Schwerpunkt KI und Kreativität, sowie **Boris Eldagsen**, Fotokünstler, der 2023 international bekannt wurde, als er einen Sony World Photography Award für ein KI-generiertes Bild ablehnte.



KI-generiertes Personenbild – keine reale Person dargestellt. Tool: DALL·E / OpenAI

Glauben Sie, dass wir KI-generierte People-Bilder in fünf Jahren als normal akzeptieren – oder werden wir ihnen dauerhaft misstrauen?

"Ich bin mir sicher, dass KI-generierte People-Bilder bald Teil unseres Alltags sein werden – allerdings auf eine ganz andere Art und Weise als bisher. Nicht als „Quick Win"-Lösung für PR/Marketing. Denn diese Art der Menschendarstellung trifft auf die nach wie vor stark vorherrschende anthropozentrische Wahrnehmung der Öffentlichkeit. Auch bei den fortschreitenden Verbesserungen der KI-Modelle wird das menschliche Auge intuitiv erkennen können, ob eine abgebildete Person biologisch oder synthetisch ist. Somit werden KI-generierte Personen weiterhin Abneigung ernten. Da wir jedoch zunehmend von synthetischen Medien umgeben sind, lernt unsere Wahrnehmung zwangsläufig. Was auf jeden Fall viel positiver aufgenommen wird, sind KI-generierte Charaktere, die als solche definiert und bekannt sind. Bisher gibt es sie nur als „Virtual Influencer", die mit CGI erstellt wurden und sich vorwiegend in Asien (Imma, Meme, Naevis oder auch Lil Miquela in den USA etc.) verbreiten. Diese Art der KI-generierten Charaktere wird sicherlich auch hierzulande ihre Popularität finden, besonders wenn sie mit der eigenen Metafiktionalität spielt und somit die KI als eigenen Ursprung konkretisiert. Das mag jetzt noch wie eine Nischen-Zukunftsvision erscheinen, doch angesichts der wachsenden Digitalkompetenz der Gesellschaft wird diese Art der KI-generierten Personen durch ihre „Ehrlichkeit" an Popularität gewinnen. Man wird dieser selbstironischen Attitüde eher abkaufen als den KI-generierten Personen in der Werbung.

Ich sehe vor allem im kreativen und kulturellen Kontext mehr Tendenzen, digitale Figuren zu generieren, die als solche bekannt und beliebt werden, wie z. B. Holly Herndons digitaler Zwilling Holly+.

Vertrauen ist das Schlüsselwort für die Kommunikation zwischen KI-Personen und dem Publikum. Als „echt" vorgegeben und als „generiert" entlarvt, werden solche Charaktere kaum Erfolg haben, verglichen mit den in neuronalen Netzwerken entstandenen Figuren, die aus der eigenen Ursprungsgeschichte keinen Hehl machen."

Wo wäre für Sie persönlich eine rote Linie: In welchem Zusammenhang sollte kein KI-generierter Mensch gezeigt werden?

"Ich bin kein Freund von Direktiven, Dogmen und Verboten. Doch meiner Meinung nach sollten KI-generierte Menschen nicht mit faktischen Themenbereichen vermischt werden, beispielsweise in Beweiskontexten, in denen die Tatsachenlage durch die generierten Personen überschattet werden kann. Denn das visuelle Medium ist stark und erhebt leichter den Anspruch auf Echtheit – auch wenn das Visuelle nie die Wirklichkeit wiedergibt (sogar Fotografien sind nur subjektive und voreingenommene Visionen der Wirklichkeit). Wie ich in den „Frankfurter Heften" bereits schrieb: „Es ist nicht so, dass die Bilder lügen. Wir irren uns, wenn wir die Wahrheit in ihnen suchen." https://www.frankfurter-hefte.de/artikel/fotos-ki-und-technobilder-4181/ In historischen und faktischen Kontexten sollten KI-generierte Inhalte immer explizit als „KI-generiert" gekennzeichnet werden.

Ich habe ein großes Problem mit KI-People in emotionalen Kontexten. Denn hierbei werden die vorsätzlichen emotionalen und ideologischen Vorgaben der Autoren auf die KI-People projiziert – und das ist eine neue Form des Digitalpopulismus, da dadurch die Wahrnehmung emotional beeinflusst wird. Das ist ein höchst manipulierender Umgang mit den Emotionen der Öffentlichkeit. Im Bereich des politischen KI-Missbrauchs sehen wir solche höchst manipulativen Herangehensweisen bereits in Amerika sowie hierzulande in der rechten Szene, und das lehne ich entschieden ab. Kurz: Die rote Linie ist für mich im Bereich der manipulativen Nutzung von KI-Persönlichkeiten überschritten, wenn ZuschauerInnen emotional in eine bestimmte ideologische Sichtweise gelenkt werden sollen."

Merzmensch
Forscher, Autor, freier Dozent
http://www.merzmensch.com

Glauben Sie, dass wir KI-generierte People-Bilder in fünf Jahren als normal akzeptieren – oder werden wir ihnen dauerhaft misstrauen?

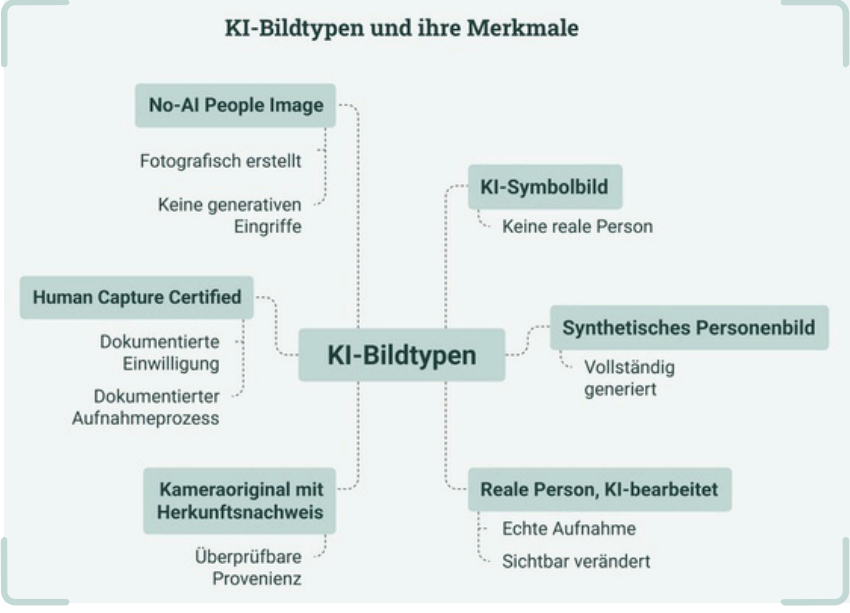
"Ja, beides wird parallel stattfinden aber nicht länger als 2 Jahre dauern. Bereits jetzt verwenden viele Unternehmen generierte Personas um ihre Produkte zu verkaufen. Wir akzeptieren sie, weil sie uns untergejubelt werden und die Verwendung intransparent ist. Mit der Kennzeichnungspflicht des EU AI Acts ab August 2026 wird sich das verändern. Für die Unternehmen die KI-Personas verwenden wird es anfangs einen Backlash geben, dann wird es als normal akzeptiert."

Wo wäre für Sie persönlich eine rote Linie: In welchem Zusammenhang sollte kein KI-generierter Mensch gezeigt werden?

"Dort, wo ein KI-generierter Mensch als real existierender Mensch, authentisches Zeugnis oder echte Dokumentation ausgegeben wird, besonders in journalistischen, politischen, juristischen oder historischen Kontexten. Also: Kein KI-generierter Mensch als angebliches Kriegsopfer. Kein KI-generierter Mensch als angeblicher Zeuge. Kein künstliches Gesicht in einer dokumentarischen Reportage, wenn der Eindruck entsteht, diese Person habe wirklich existiert. Kein politisches Bild, das Empörung erzeugen soll, obwohl die Szene nie stattgefunden hat. Da wird aus Bildproduktion Manipulation."

Boris Eldagsen
Lehrender, LABASAD School of Art & Design, Barcelona

Grafik: erstellt mit Napkin AI



Solche Label wären keine perfekte Lösung, aber ein Anfang.

„KI-generiert" allein sagt zu wenig: Wurde ein Bild vollständig erzeugt, eine reale Person nachträglich verändert oder ein echtes Foto nur technisch optimiert? Gerade bei People-Bildern ist dieser Unterschied entscheidend. Ein synthetisches Symbolbild braucht eine andere Einordnung als ein dokumentiertes Porträt mit realer Einwilligung. Je klarer diese Herkunft benannt wird, desto besser können Leserinnen, Auftraggeber und Bildredaktionen einschätzen, was sie sehen – und was das Bild behauptet.

Fazit – Wer übernimmt Verantwortung für die künstlich generierten Menschenbilder?

KI-generierte People-Bilder sind nicht das Problem an sich. Sie können Ideen sichtbar machen, Kosten senken, reale Personen schützen und neue Bildwelten öffnen. Aber sie verschieben eine alte Gewissheit: Ein Mensch im Bild musste einmal vor einer Kamera gestanden haben. Heute kann er berechnet sein – glaubwürdig, sympathisch, überzeugend und doch ohne Herkunft. Damit bleiben die eigentlichen Fragen offen: Wann ist ein synthetisches Personenbild nur Illustration, wann wird es Täuschung? Reicht ein Label, wenn das Gesicht trotzdem Vertrauen auslöst? Und bekommt echte Fotografie künftig wieder mehr Gewicht, weil sie Wirklichkeit belegen kann? Vielleicht ist das die Frankenstein-Frage unserer Zeit: Nicht ob die künstliche Kreatur schön, nützlich oder gefährlich ist. Sondern wer Verantwortung übernimmt, wenn sie in die Welt gesetzt wird. Der neue Mensch kommt aus dem Bildgenerator. Die Wirkung bleibt Menschensache.

Autorin | Redaktion & Gestaltung
Dipl.-Ing. (FH) Ute Jansing

CERT-IT-zertifizierte KI-Managerin
Gründerin | Strategische Beratung für Visual Content Marketing
Kommunikations- und Marketingexpertin
Ehem. Geschäftsführende Gesellschafterin, Bildagentur Pitopia

www.madame-ki.de
www.bildlizenzberatung.de



Hinweis: Verfasst von einem Menschen, mit Unterstützung von KI-Tools



Weitere Quellen:
https://en.wikipedia.org/wiki/Frankenstein
https://www.reuters.com/business/media-telecom/zalando-uses-ai-speed-up-marketing-campaigns-cut-costs-2025-05-07/
https://arxiv.org/abs/2402.01002
https://arxiv.org/abs/2404.01030
https://gdpr-info.eu/art-4-gdpr/
https://www.wipo.int/en/web/frontier-technologies/artificial-intelligence/index
Wirtschaftswoche No 22/2026
Die Zeit N 15 „Wissen – Die neue Macht der Bilder"