KI-INHALTE RICHTIG KENNZEICHNEN

KOMPAKT-GUIDE ZUR KENNZEICHNUNGSPFLICHT NACH DEM EU AI ACT FÜR MARKETING UND E-MAIL-MARKETING

Wichtiger Hinweis	Dieser Guide gibt einen allgemeinen Überblick und ersetzt keine Rechtsberatung. Ob ein konkreter Inhalt gekennzeichnet werden muss, prüfen Sie bitte mit Ihrer Rechtsabteilung oder einer Anwältin bzw. einem Anwalt.

1 DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE 2

2 RECHTLICHER RAHMEN 3

3 WER MUSS KENNZEICHNEN? 3

4 BILDER, VIDEOS UND AUDIO: DIE DEEPFAKE-REGEL 4

5 TEXTE: DIE REGEL FÜR ÖFFENTLICHES INTERESSE 6

6 CHATBOTS, VOICEBOTS UND KI-AGENTEN 6

7 SO KENNZEICHNEN SIE RICHTIG 7

8 UMSETZUNG IN EVALANCHE 8

9 CHECKLISTE VOR DER VERÖFFENTLICHUNG 8

10 HÄUFIGE FRAGEN 9

11 QUELLEN 9

1 DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Seit dem 2. August 2026 gelten die Transparenzpflichten des EU AI Act (Art. 50). Für das Marketing heißt das vor allem:

- **Realistisch wirkende KI-Bilder, -Videos und -Stimmen kennzeichnen.** Das gilt auch in der Werbung und auch dann, wenn die gezeigte Person gar nicht existiert.
- **Normale Werbetexte sind in der Regel nicht betroffen.** KI-Texte müssen nur gekennzeichnet werden, wenn sie die Öffentlichkeit über Themen von öffentlichem Interesse informieren und niemand sie redaktionell geprüft und verantwortet hat.
- **Chatbots und Voicebots geben sich immer als KI zu erkennen**, und zwar gleich zu Beginn des Gesprächs.
- **Der Hinweis muss sofort erkennbar sein:** klar, nicht versteckt, spätestens beim ersten Kontakt mit dem Inhalt.
- **Verantwortlich ist, wer veröffentlicht.** Für Ihre Mailings, Landingpages und Social-Media-Beiträge ist das Ihr Unternehmen.

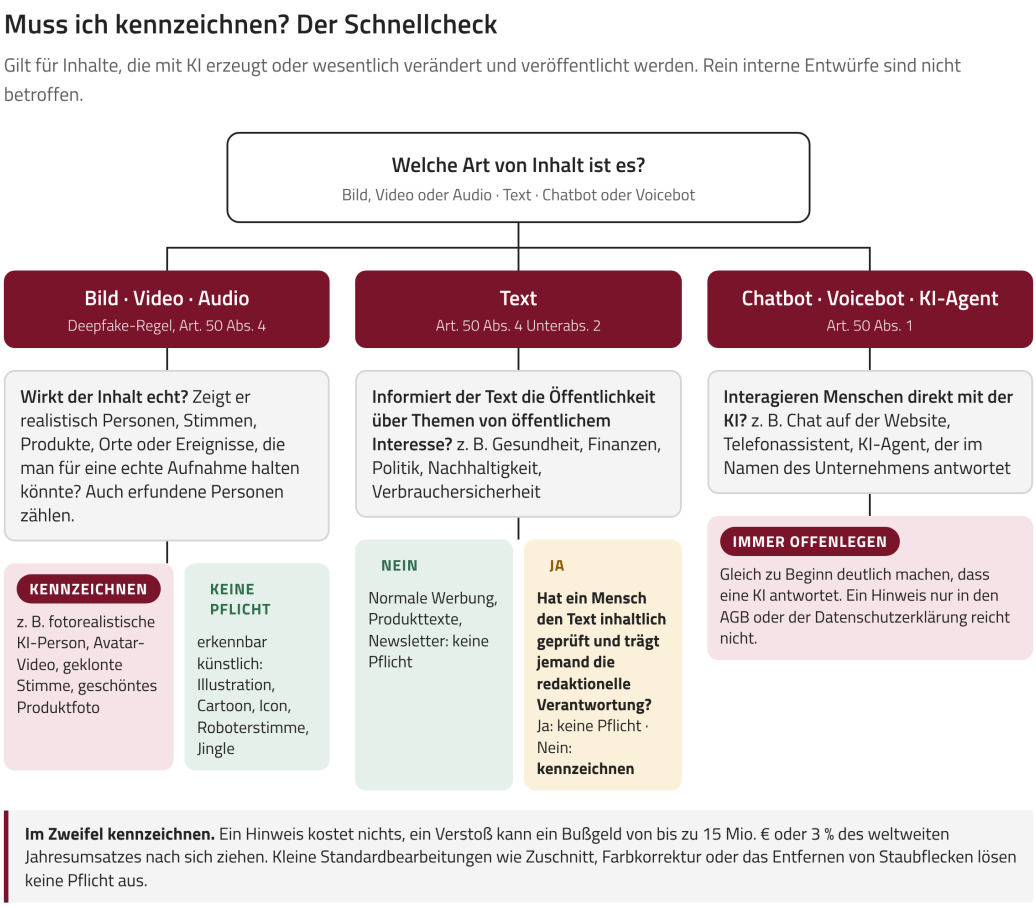


Abbildung 1: Schnellcheck – muss ein KI-Inhalt gekennzeichnet werden?

2 RECHTLICHER RAHMEN

Grundlage ist die **KI-Verordnung der EU (Verordnung (EU) 2024/1689, „AI Act")**. Ihr Artikel 50 regelt, wann KI-Inhalte für Menschen erkennbar sein müssen. Er gilt seit dem 2. August 2026 für alle Unternehmen, die KI-Inhalte in der EU verwenden – unabhängig von ihrer Größe.

Zwei Dokumente der EU-Kommission machen die Regeln praxistauglich:

- **Leitlinien zu Art. 50** (20. Juli 2026): Sie erklären die Begriffe, etwa was ein Deepfake ist, und sind der wichtigste Maßstab für die Aufsichtsbehörden.
- **Verhaltenskodex zur Kennzeichnung KI-generierter Inhalte** (Code of Practice, 10. Juni 2026): Er beschreibt, wie gute Kennzeichnung aussieht. Die Teilnahme ist freiwillig; die Kommission hat den Kodex als geeignet bestätigt, um die Pflichten nachzuweisen.

In Deutschland überwacht seit dem 29. Juli 2026 die **Bundesnetzagentur** die Einhaltung (KI-Marktüberwachungsgesetz, KI-MIG). Verstöße gegen Art. 50 können mit Bußgeldern von **bis zu 15 Mio. € oder 3 % des weltweiten Jahresumsatzes** geahndet werden (Art. 99 AI Act). Unabhängig davon gilt weiterhin das Verbot irreführender Werbung (UWG).



Abbildung 2: Die wichtigsten Termine rund um die Kennzeichnungspflicht

3 WER MUSS KENNZEICHNEN?

Der AI Act unterscheidet zwischen **Anbietern**, die ein KI-System bereitstellen, und **Betreibern**, die es beruflich nutzen. Für die sichtbare Kennzeichnung sind die Betreiber zuständig, also die Unternehmen, die einen Inhalt veröffentlichen.

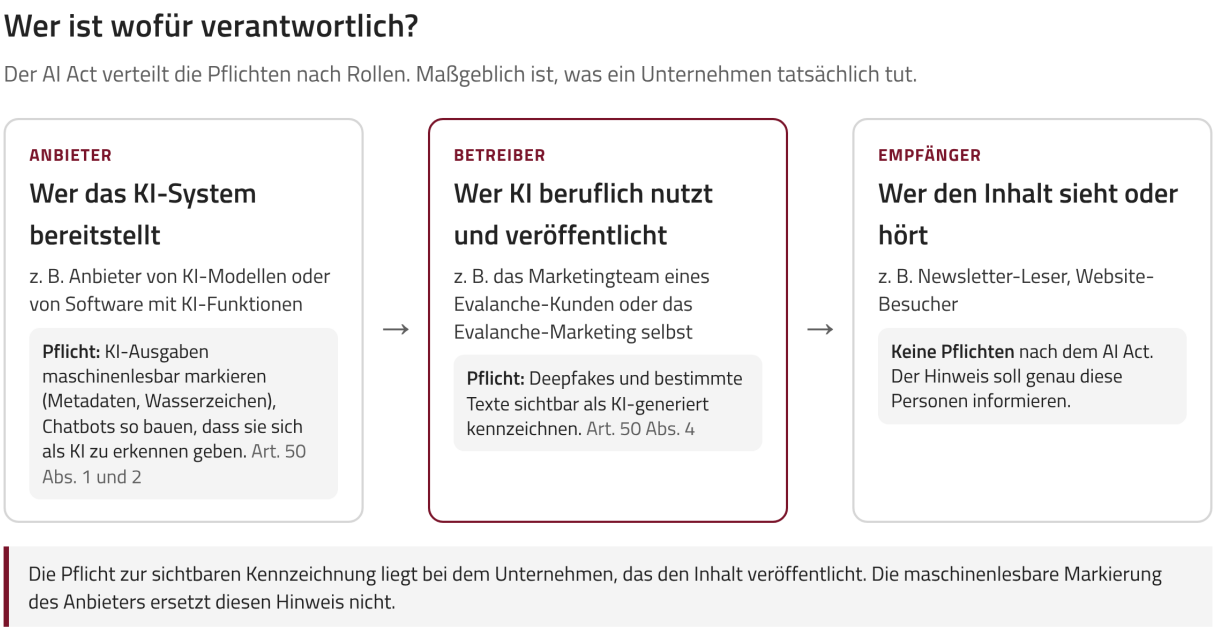


Abbildung 3: Rollen und Pflichten nach Art. 50 AI Act

Wichtig: Die maschinenlesbare Markierung durch Anbieter (etwa über Metadaten oder Wasserzeichen) ist für Menschen nicht sichtbar. Sie ersetzt deshalb nicht den sichtbaren Hinweis, den Sie als veröffentlichendes Unternehmen anbringen.

4 BILDER, VIDEOS UND AUDIO: DIE DEEPFAKE-REGEL

Bei Bildern, Videos und Tonaufnahmen kommt es auf eine Frage an: **Könnte jemand den Inhalt für echt halten?** Ist das der Fall, spricht der AI Act von einem „Deepfake“, und der Inhalt muss gekennzeichnet werden. Der Begriff klingt nach Täuschung, setzt aber keine Täuschungsabsicht voraus. Auch ein harmloses, fotorealistisches Werbemotiv kann darunter fallen.

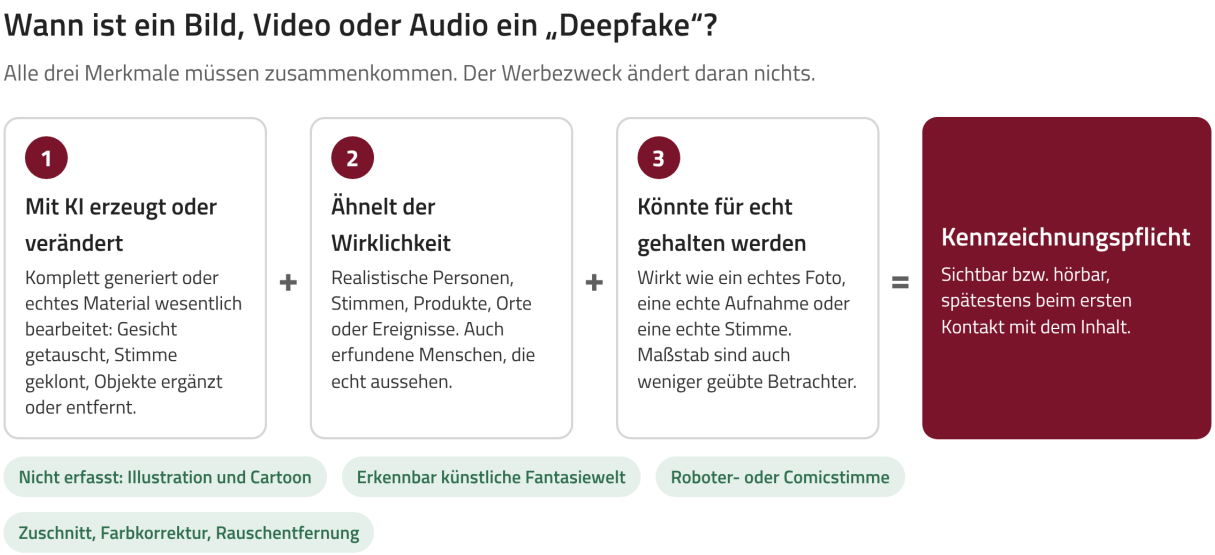


Abbildung 4: Die drei Merkmale eines Deepfakes

Die folgenden Beispiele zeigen typische Fälle aus dem Marketing:

Situation	Kennzeichnen?	Warum
Fotorealistische KI-Person im Mailing-Header, die es in Wirklichkeit nicht gibt	Ja	Wirkt wie ein echtes Foto. Auch erfundene Personen zählen.
Produktfoto, das per KI hochwertiger wirkt als das echte Produkt	Ja	Die EU-Kommission nennt diesen Fall ausdrücklich. Zusätzlich droht Irreführung nach UWG.
Echtes Foto, in dem per KI Personen oder Objekte ergänzt, entfernt oder Gesichter verändert wurden	Ja	Die Aussage des Bildes ändert sich. Hinweis z. B. „Mit KI bearbeitet“.
Zuschnitt, Farbkorrektur, Rauschen oder Staubflecken entfernt, Hintergrund neutral freigestellt	Nein	Übliche Bildbearbeitung, die den Inhalt nicht verändert.
Illustration, Cartoon, Icon oder erkennbar künstliche Fantasieszene	Nein	Niemand hält das für eine echte Aufnahme.
KI-Avatar-Video, auch der eigene Avatar mit Einwilligung	Ja	Wirkt wie eine echte Videoaufnahme. Die Einwilligung ändert daran nichts.
KI-Sprecherstimme oder geklonte Stimme im Video oder Podcast	Ja	Hörbarer Hinweis, z. B. zu Beginn.
KI-Musik, Jingle oder Soundeffekt ohne menschliche Stimme	Nein	Keine reale Person oder Stimme wird nachgeahmt.
Erkennbar künstlerisches oder satirisches Werk mit realistischen Elementen	Ja, dezent	Der Hinweis darf das Werk nicht stören. Werbung fällt nur selten unter diese Ausnahme.

5 TEXTE: DIE REGEL FÜR ÖFFENTLICHES INTERESSE

Für KI-Texte gilt eine eigene, deutlich engere Regel. Ein Text muss nur dann gekennzeichnet werden, wenn **alle drei** Punkte zutreffen:

1. Er wird **veröffentlicht**, ist also für einen großen, offenen Personenkreis zugänglich.
2. Er soll die Öffentlichkeit über **Themen von öffentlichem Interesse** informieren, etwa Gesundheit, Finanzen, Politik, Umwelt oder Verbrauchersicherheit.
3. Er wurde **nicht von einem Menschen redaktionell geprüft und verantwortet**.

Gewöhnliche Werbetexte, Produktbeschreibungen und Newsletter dienen nicht dazu, die Öffentlichkeit über solche Themen zu informieren. Sie sind deshalb in der Regel nicht betroffen. Aufmerksam sein sollten Sie bei werblichen Aussagen zu Gesundheit, Sicherheit oder Nachhaltigkeit: Diese können nach den Leitlinien der Kommission als Information von öffentlichem Interesse gelten.

> **Wann die redaktionelle Ausnahme greift**
>
> Die Kennzeichnung entfällt, wenn **beide** Bedingungen erfüllt sind:
>
> **1. Inhaltliche Prüfung:** Eine fachkundige Person hat den Text gelesen, die Fakten geprüft und hätte ihn ändern oder stoppen können. Nur Rechtschreibung zu korrigieren oder formal abzunicken reicht nicht.
>
> **2. Redaktionelle Verantwortung:** Eine Person oder Organisation trägt die Verantwortung für die Veröffentlichung, und ihre Kontaktdaten sind öffentlich zugänglich, zum Beispiel im Impressum.
>
> Wird der Text nach der Prüfung noch einmal wesentlich per KI verändert, ist eine erneute Prüfung nötig.

Situation	Kennzeichnen?	Hinweis
Newsletter, Werbemailing, Landingpage, Produkttext	Nein	Werbung ist in der Regel keine Information von öffentlichem Interesse.
Werbetext mit Gesundheits-, Sicherheits- oder Nachhaltigkeitsaussagen	Prüfen	Redaktionell prüfen lassen, sonst kennzeichnen. Aussagen müssen ohnehin belegbar sein.
Fachartikel oder Pressemitteilung, von einer Fachperson geprüft, Verantwortliche im Impressum	Nein	Redaktionelle Ausnahme greift.
Automatisch erzeugte News oder Zusammenfassungen, die ungeprüft online gehen	Ja	Hinweis oben am Text oder nahe der Überschrift.
Interne Dokumente, Präsentationen, persönliche E-Mails	Nein	Nicht veröffentlicht.

6 CHATBOTS, VOICEBOTS UND KI-AGENTEN

Wer mit einer KI spricht oder schreibt, muss das wissen. Das gilt für den Chat auf der Website ebenso wie für einen Telefonassistenten oder einen KI-Agenten, der im Namen Ihres Unternehmens E-Mails beantwortet. Der Hinweis gehört an den Anfang der Interaktion, etwa in die erste Nachricht. Eine Erwähnung in AGB oder Datenschutzerklärung genügt nicht. KI-Agenten sollten außerdem erkennbar machen, für wen sie handeln.

Diese Pflicht richtet sich in erster Linie an den Anbieter des Chatbots. Wenn Sie einen Chatbot selbst konfigurieren oder unter eigenem Namen einsetzen, prüfen Sie trotzdem, ob der Hinweis tatsächlich erscheint.

7 SO KENNZEICHNEN SIE RICHTIG

Es gibt kein Pflicht-Logo. Entscheidend ist, dass der Hinweis seinen Zweck erfüllt: Menschen sollen ohne Mühe erkennen, dass KI im Spiel war.

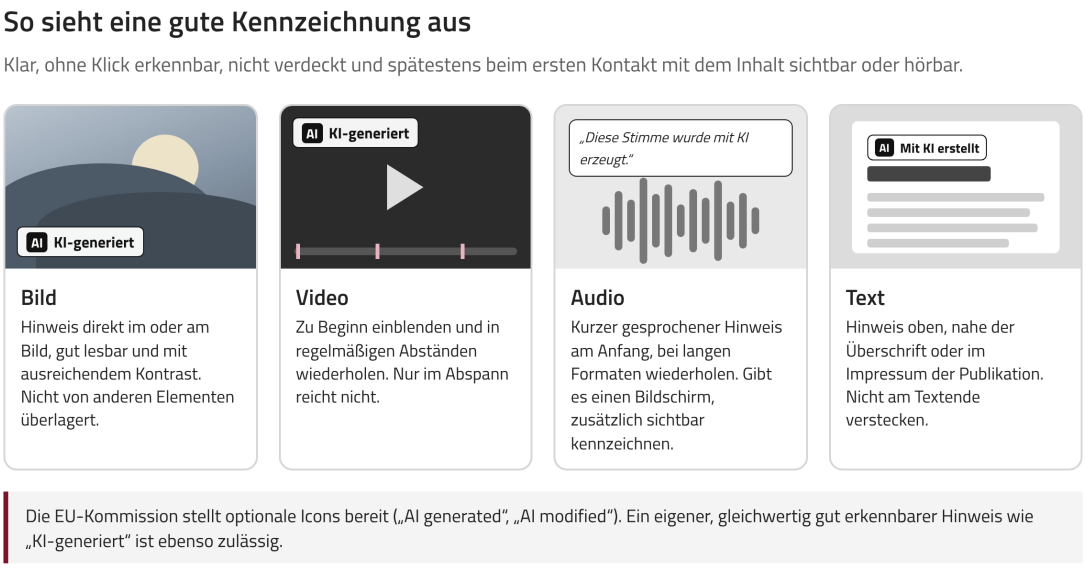


Abbildung 5: Platzierung des Hinweises je nach Medium

- **Sofort erkennbar:** ohne Klick, Mouseover oder Scrollen sichtbar und spätestens beim ersten Kontakt mit dem Inhalt.
- **Gut lesbar:** ausreichende Größe und guter Kontrast, nicht von Logos, Buttons oder Text überlagert.
- **Barrierefrei:** Nehmen Sie den Hinweis auch in den Alternativtext eines Bildes auf, z. B. „KI-generiertes Bild: …". So erreicht er auch Menschen, die einen Screenreader nutzen, und bleibt erhalten, wenn ein E-Mail-Programm Bilder blockiert.
- **Einheitlich:** Nutzen Sie in allen Kanälen dieselben Formulierungen. Das schafft Wiedererkennung und Vertrauen.

Bewährte Formulierungen:

Fall	Formulierung
Vollständig mit KI erzeugt	„KI-generiert" oder „Bild: KI-generiert"
Echtes Material, mit KI verändert	„Mit KI bearbeitet"
Stimme	Gesprochen: „Diese Stimme wurde mit KI erzeugt." Zusätzlich sichtbar, wenn es einen Bildschirm gibt.

Fall	Formulierung
Text	„Dieser Text wurde mit KI erstellt." oben am Text oder nahe der Überschrift
Chatbot	„Hallo, ich bin ein KI-Assistent von [Unternehmen]." in der ersten Nachricht

Die EU-Kommission stellt zusätzlich optionale Icons bereit („AI generated" für vollständig erzeugte, „AI modified" für bearbeitete Inhalte). Sie können diese verwenden, müssen es aber nicht.

8 UMSETZUNG IN EVALANCHE

Evalanche unterstützt Sie dabei, Kennzeichnungen einheitlich umzusetzen:

- **AI-Bildgenerator:** Der AI-Bildgenerator ist ein eigenes Objekt, das Sie an eMailings mit Modulen andocken können. Mit einem kurzen Zusatz im Prompt blendet der Generator den Hinweis „KI-generiert" direkt ins Bild ein. Über eine Bildvorlage erreichen Sie eine einheitliche Darstellung über mehrere Bilder hinweg. Kontrollieren Sie das Ergebnis vor der Verwendung: Der Hinweis muss vollständig, korrekt geschrieben und gut lesbar sein.
- **Alternativtext und Bildunterschrift:** Ergänzen Sie den Hinweis zusätzlich im Alternativtext des Bildes oder als kurze Zeile direkt unter dem Bild im Mailing oder auf der LeadPage.
- **Texthinweis:** Wo eine Kennzeichnung für Texte nötig ist, platzieren Sie den Hinweis im Baustein oberhalb des Textes oder direkt unter der Überschrift.

Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung finden Sie im Evalanche Helpcenter im Artikel **„Kennzeichnung von KI-generierten Texten und Bildern"**: help.evalanche.cloud

9 CHECKLISTE VOR DER VERÖFFENTLICHUNG

- ☐ Ist ein Bild, Video oder Audio dabei, das realistisch wirkt und mit KI erzeugt oder wesentlich verändert wurde? Dann ist es gekennzeichnet.
- ☐ Informiert ein KI-Text über ein Thema von öffentlichem Interesse? Dann hat ihn eine Fachperson inhaltlich geprüft, und die verantwortliche Stelle ist öffentlich benannt. Andernfalls ist er gekennzeichnet.
- ☐ Gibt sich ein Chatbot oder Voicebot zu Beginn als KI zu erkennen?
- ☐ Ist der Hinweis ohne Klick sichtbar, gut lesbar und nicht verdeckt? Steht er auch im Alternativtext?
- ☐ Sind Fakten, Produktdarstellungen und Werbeaussagen korrekt und nicht irreführend?
- ☐ Im Zweifel: lieber kennzeichnen und die Rechtsabteilung einbeziehen.

10 HÄUFIGE FRAGEN

Muss ich jeden KI-Text kennzeichnen?

Nein. Werbetexte, Newsletter und Produktbeschreibungen sind in der Regel nicht betroffen. Die Pflicht betrifft Texte, die über Themen von öffentlichem Interesse informieren und nicht redaktionell geprüft wurden.

Die Person auf dem Bild existiert gar nicht. Ist das trotzdem ein Deepfake?

Ja, wenn das Bild wie ein echtes Foto wirkt. Nach den Leitlinien der Kommission zählen auch realistisch dargestellte, erfundene Personen.

Hilft es, wenn jemand das KI-Bild sorgfältig geprüft hat?

Für die Qualität ja, für die Kennzeichnungspflicht nicht. Die Ausnahme durch redaktionelle Prüfung gilt nur für Texte, nicht für Bilder, Videos oder Audio.

Unser eigener KI-Avatar hat eingewilligt. Muss das Video trotzdem gekennzeichnet werden?

Ja. Die Einwilligung betrifft die Rechte der Person. Die Kennzeichnung soll das Publikum informieren.

Reicht die unsichtbare Markierung des KI-Anbieters?

Nein. Die maschinenlesbare Markierung ist eine Pflicht des Anbieters. Den sichtbaren Hinweis muss das Unternehmen anbringen, das den Inhalt veröffentlicht.

Müssen ältere KI-Bilder nachträglich gekennzeichnet werden?

Für Bilder, Videos und Audio, die vor dem 2. August 2026 erzeugt wurden, sehen die Leitlinien keine nachträgliche Kennzeichnung vor. Bei Texten zählt das Datum der Veröffentlichung.

11 QUELLEN

- Verordnung (EU) 2024/1689 (AI Act), insb. Art. 3 Nr. 60 und Art. 50, Art. 99: eur-lex.europa.eu
- EU-Kommission: Leitlinien zu den Transparenzpflichten nach Art. 50 AI Act, 20.07.2026: digital-strategy.ec.europa.eu
- EU-Kommission: Verhaltenskodex zur Kennzeichnung KI-generierter Inhalte (Code of Practice), 10.06.2026: digital-strategy.ec.europa.eu
- Verordnung (EU) 2026/1744 (Digital Omnibus zur KI), in Kraft seit 27.07.2026
- KI-Marktüberwachungs- und Innovationsförderungsgesetz (KI-MIG), BGBl. 2026 I Nr. 223
- Evalanche Helpcenter: „Kennzeichnung von KI-generierten Texten und Bildern"

Stand: 22.10.2026. Dieser Guide wird bei wesentlichen Änderungen der Rechtslage aktualisiert. Er stellt keine Rechtsberatung dar.