

KI-Kennzeichnungspflicht ab dem 2. August 2026

Was ihr wirklich kennzeichnen müsst – und warum es fast nie der Blogtext ist.

-
- 01 Der Vier-Fragen-Check als Einseiter
 - 02 Dreizehn Fälle aus Blog, Social, Bild und Video – mit Auflösung
 - 03 Fünf Grauzonen und die Frage, wo das Label wirklich hin muss
 - 04 Die Checkliste bis zum 2. August
 - 05 Fristen, Rollen und die vier Sätze für intern
 - 06 Sanktionen, Aufsicht und Quellen

Der Vier-Fragen-Check

Vier Fragen entscheiden die allermeisten Fälle im Arbeitsalltag. Diese Seite ist zum Ausdrucken und Aufhängen gedacht.

1 Sieht oder hört das jemand außerhalb der Organisation?

Interne Protokolle, Meeting-Zusammenfassungen, Entwürfe und persönliche Korrespondenz gelten nicht als „veröffentlicht“.

Nein → Artikel 50 greift in aller Regel nicht. **Ja** → weiter zu Frage 2.

2 Interagiert ein Mensch direkt mit einem System?

Chatbot, Voicebot, KI-Assistent im Kundenkontakt. Der Hinweis muss spätestens bei der ersten Interaktion erscheinen – sichtbar im Chatfenster oder hörbar in der Begrüßung. Nicht in den AGB, nicht in der KI-Richtlinie. Jede einzelne Antwort muss nicht gekennzeichnet werden.

Die Ausnahme „ist doch offensichtlich“ ist eng auszulegen. Ein Coding-Assistent für Profi-Entwickler fällt darunter, ein Helpdesk-Bot mit menschlich klingenden Antworten nicht.

3 Bild, Audio oder Video – könnte der Inhalt echt sein?

Der Deepfake-Test. Drei Kriterien, alle drei müssen erfüllt sein: **Ähnlichkeit** (hoher Grad an Übereinstimmung), **Existenz** (das Dargestellte existiert, könnte plausibel existieren oder existiert haben) und **falscher Echtheitseindruck** (der Inhalt könnte über seine Authentizität täuschen).

Merksatz: Fotorealistisch UND plausibel → kennzeichnen. Stiliziert, illustrativ oder physikalisch unmöglich → in der Regel nicht.

Achtung: Die Redaktions-Ausnahme aus Frage 4 gilt **nicht** für Bild, Audio und Video.

4 Ist es ein veröffentlichter Text von öffentlichem Interesse?

Drei Kriterien, alle drei nötig: Der Text ist **veröffentlicht**, er soll die **Öffentlichkeit informieren**, und er behandelt eine **Angelegenheit von öffentlichem Interesse** – Politik, Verwaltung, Justiz, Grundrechte, öffentliche Sicherheit und Gesundheit, Umweltschutz, Verbrauchersicherheit sowie wirtschaftliche, wissenschaftliche oder kulturelle Entwicklungen.

Die Ausnahme: Unterlag der Text einer menschlichen Überprüfung oder redaktionellen Kontrolle **und** trägt eine Person die redaktionelle Verantwortung, entfällt die Pflicht. Rechtschreib- und Grammatikprüfung genügen ausdrücklich nicht.

Zur Dokumentation: Die Verordnung verlangt keine Dokumentation, sondern dass die Prüfung stattgefunden hat. Wer sich aber auf eine Ausnahme beruft, muss sie belegen können – ein Pflichtfeld „geprüft von“ im CMS genügt.

Es zählt nicht, ob ihr täuschen wolltet. Es zählt, ob getäuscht werden könnte.

Dreizehn Fälle aus dem Alltag

Die Auflösung aus dem Webinar. In zwölf von dreizehn Fällen entscheidet nicht das Werkzeug, sondern das Ergebnis.

BLOG UND WEBSITE

1	Ratgeberbeitrag zu Gesundheit, mit KI geschrieben, von einer Fachperson inhaltlich geprüft, Verantwortung benannt	Redaktionelle Kontrolle plus Verantwortung – die Ausnahme greift. Prüfprozess dokumentieren.	Nein
2	Derselbe Beitrag, automatisiert publiziert, niemand hat inhaltlich geprüft	Öffentliches Interesse und keine Kontrolle. Label an die Headline oder ins Kolophon.	Kennzeichnen
3	Produkttext, Kategorietext, Leistungsseite – vollständig KI-generiert	Kein Thema von öffentlichem Interesse. UWG und Urheberrecht gelten unabhängig davon.	Nein

SOCIAL MEDIA

4	LinkedIn-Post, mit KI vorgeschrieben, von euch überarbeitet und selbst gepostet	Kein Deepfake, redaktionell verantwortet. Der häufigste Fall – und er ist unkritisch.	Nein
5	Automatisiert generierter Post zu einem politischen oder gesundheitsbezogenen Thema, ohne Prüfung	Textvariante nach Absatz 4. Der Automatisierungsgrad ist das Problem, nicht das Tool.	Kennzeichnen
6	Fotorealistisches KI-Visual im Post: Menschen im Café, wirkt wie eine echte Aufnahme	Deepfake – unabhängig davon, wie sorgfältig der Text geprüft wurde.	Kennzeichnen

BILD – HIER LIEGT EUER EIGENTLICHES RISIKO

7	Fotorealistisches Porträt einer Person, die es nie gegeben hat – „synthetisches Model“	Sie könnte plausibel existieren. Dass niemand real nachgebildet wurde, hilft nicht.	Kennzeichnen
8	Echtes Produktfoto vor fotorealistischem KI-Hintergrund, der einen realen Ort suggeriert	Das Gesamtbild wirkt authentisch. Der häufigste ungekennzeichnete Fall im Mittelstand.	Kennzeichnen
9	KI-Bild eures Firmengebäudes, Messestands oder eines Events, das so nie stattgefunden hat	Auch Orte, Gegenstände, Einrichtungen und Ereignisse sind Deepfakes – nicht nur Personen.	Kennzeichnen
10	Belichtung, Farbkorrektur, Rauschunterdrückung, Freistellen, Upscaling per KI	Geringfügige technische Bearbeitung. Auch Verpixeln und das Retuschieren von Falten sind unkritisch.	Nein

VIDEO UND AUDIO

11	Synthetische Stimme in Podcast oder Erklärvideo	Hörbarer Hinweis zu Beginn. Bei langen Formaten in Intervallen wiederholen.	Kennzeichnen
12	KI-Avatar als Moderator im Unternehmensvideo	Label zu Beginn und in Intervallen – auch für alle, die später einsteigen.	Kennzeichnen
13	KI-Untertitel, KI-Schnittvorschläge, KI-Rauschunterdrückung in der Tonspur	Assistive Standardbearbeitung ohne semantische Veränderung des Inhalts.	Nein

Stilisierte Illustration, Comic oder ein physikalisch unmögliches Motiv sind keine Deepfakes – sie wirken nicht plausibel real.

Achtung bei fremden Produkten im KI-Bild: Neben Artikel 50 greifen Marken-, Wettbewerbs- und Persönlichkeitsrecht.

Fünf Grauzonen – mit Empfehlung

Nicht „das ist umstritten“, sondern eine Entscheidung, mit der ihr arbeiten könnt.

1 „Es war doch nur Photoshop“

Maßgeblich ist nicht das Werkzeug, sondern der Eingriff. Ein manuell aufgebauter, erkennbar künstlicher Hintergrund ist kein KI-Inhalt im Sinne von Artikel 50. Eine fotorealistische KI-Veränderung, die den Bildinhalt substantiell verändert, ist es – auch wenn sie in Photoshop entsteht.

Empfehlung: Nicht nach Tool sortieren, sondern nach Eingriffstiefe.

2 Die Kunst- und Satire-Ausnahme

Es gibt sie: Bei offensichtlich künstlerischen, kreativen, satirischen oder fiktionalen Werken beschränkt sich die Pflicht auf eine Offenlegung, die den Genuss des Werks nicht beeinträchtigt. Aber Inhalte, die primär einen informativen oder kommerziellen Zweck verfolgen, fallen erkennbar heraus.

Empfehlung: Für Marketing ist diese Ausnahme praktisch wertlos. Nicht darauf bauen. Eine zweite Ausnahme greift, wenn die Verwendung zur Verhütung oder Verfolgung von Straftaten gesetzlich zugelassen ist.

3 Altinhalte

Inhalte, die vor dem 2. August 2026 erzeugt und veröffentlicht wurden, müssen nicht rückwirkend gekennzeichnet werden. Die Kommission ermutigt aber ausdrücklich dazu.

Empfehlung: Archiv nicht aufrollen. Aber: Was ihr nach dem 2.8. erneut ausspielt oder wesentlich überarbeitet, behandelt ihr wie neu.

4 Interne Inhalte

Interne Dokumente und persönliche Korrespondenz gelten nicht als veröffentlicht, Artikel 50 greift nicht.

Empfehlung: Trotzdem markieren. Nicht wegen der Behörde – sondern weil ein KI-Entwurf ohne Marker nach drei Abteilungen als geprüfte Wahrheit ankommt.

5 Wo genau muss die Kennzeichnung hin?

- **Am Content.** Nicht versteckt in Metadaten, nicht nur in einer Caption, die beim Teilen abgeschnitten wird.
- Die maschinenlesbare Markierung des Anbieters reicht nicht – die ist für Maschinen, nicht für Menschen.
- „Erste Wahrnehmung“ gilt für jeden neuen Betrachter, nicht nur den ersten. Bei Livestreams also wiederholen.
- Die Kennzeichnung muss beim Weiterveröffentlichen erhalten bleiben. In komplexen Produktions- und Vertriebsketten muss der Betreiber das absichern – **vertragliche Vorgaben nennt der Code of Practice ausdrücklich.**
- Barrierefreiheit ist ausdrücklich gefordert – ein Label nur im Bild ist für Screenreader unsichtbar.

EU-Icons, kostenlos: digital-strategy.ec.europa.eu → „EU icons for labelling AI-generated content“. Drei Symbole (AI / AI GENERATED / AI MODIFIED), je vier Farbvarianten, SVG und PNG. Freiwillig; ein eigenes Label ist zulässig, muss aber sofort erkennbar, hintergrundunabhängig und barrierefrei sein. Die EU-Icons tragen englische Labels – im Nutzertest der Kommission stieg die Erkennungsleistung, sobald eine Textbeschriftung dazukam. Saubere Kombination: **EU-Icon plus deutsches Textlabel.**

Die Checkliste bis zum 2. August

Kein Compliance-Großprojekt. Zusammen ein halber Vormittag.

1

Inventur auf einer Seite

Nicht „welche KI nutzen wir?“, sondern: An welchen Stellen entstehen bei uns Inhalte, die nach außen gehen? Chatbot, Bildproduktion, Social, Podcast, Pressemitteilungen, Erklärvideos, Newsletter.

2

Fünf Standardfälle einmal verbindlich entscheiden

Statt jeden Einzelfall zu diskutieren. Das spart mehr Zeit als jedes Tool.

3

Pflichtfeld in CMS und DAM: KI-Anteil – keiner / assistiert / generiert

Aufwand: eine halbe Stunde. Ergebnis: ein Audit-Trail, den ihr einer Behörde oder eurer Revision vorlegen könnt.

4

Redaktionelle Verantwortung namentlich benennen

Eine benannte Person mit dokumentiertem Prüfschritt. Ohne sie trägt die Text-Ausnahme nicht.

5

Agenturen und Freelancer vertraglich einbinden

Sie produzieren die Bilder – ihr haftet dafür. Die Klausel braucht zwei Hälften: Kennzeichnungsstatus und Prompt-Dokumentation als Lieferpflicht – und Offenlegung des KI-Einsatzes plus Zusage zur Schutzfähigkeit der Ergebnisse. An rein KI-generierten Motiven kann euch niemand exklusive Nutzungsrechte einräumen, weil es keine gibt.

Fertige Bausteine für jeden Kanal

Einmal festlegen, dann nie wieder diskutieren. Der Wortlaut ist Vorschlag, nicht Gesetzestext – entscheidend ist, dass er klar, unterscheidbar und rechtzeitig da ist. Verwendet deutsche Begriffe: Die Rechtsprechung steht englischsprachigen Hinweisen kritisch gegenüber.

Bild	„KI-generiert“ oder „mit KI verändert“ – sichtbar im Bild, üblicherweise in der oberen rechten Ecke. Nicht in der Caption.
Video	Livestream: durchgehend sichtbar. Aufzeichnung: zu Beginn, optional dauerhaft oder im Abspann. Lange Formate: dauerhaft plus Videobeschreibung.
Audio / Podcast	Gesprochener Hinweis am Anfang: „Diese Stimme wurde mit KI erzeugt.“
Chatbot	„Du chattest mit einem KI-Assistenten.“ Im geöffneten Chatfenster, nicht in den AGB.
Text	Hinweis an der Headline oder im Kolophon – nur wenn Frage 4 zutrifft.

Transparenz ist kein Label. Transparenz ist ein Veröffentlichungsprozess.

Fristen, Rollen, Sanktionen

Der Rahmen in Kurzform – für alle, die es intern weitererzählen müssen.

2. August 2026	Artikel 50 wird anwendbar. Chatbot-Hinweis, Information bei Emotionserkennung, Deepfakes und bestimmte Texte. Das ist euer Datum.
2. Dezember 2026	Maschinenlesbare Markierung – Schonfrist nur für Anbieter und nur für Systeme, die vor dem 2.8. schon am Markt waren.
2. Dezember 2027	Hochrisiko-Pflichten nach Anhang III. Verschieben durch den Digital Omnibus – Verordnung (EU) 2026/1744, in Kraft seit dem 27. Juli 2026.
2. August 2028	Hochrisiko-KI in regulierten Produkten nach Anhang I. Ebenfalls verschoben.

Anbieter

Entwickelt ein KI-System oder bringt es unter eigenem Namen in Verkehr.

- Abs. 1 – Interaktionshinweis ins System einbauen
- Abs. 2 – Maschinenlesbare Markierung der Ausgaben

Betreiber

Setzt ein KI-System in eigener beruflicher Verantwortung ein. Das seid in aller Regel ihr.

- Abs. 3 – Emotionserkennung aus biometrischen Daten
- Abs. 4 – Deepfakes und bestimmte veröffentlichte Texte

Vier Sätze, die im Unternehmen für Klarheit sorgen

- **Der AI Act ist nicht verschoben.** Der Digital Omnibus – Verordnung (EU) 2026/1744, in Kraft seit dem 27. Juli 2026 – ändert über 40 Artikel und verschiebt die Hochrisiko-Pflichten. Artikel 50 ist nicht darunter.
- **Es gibt keinen Bestandsschutz.** Ein Chatbot, der seit 2024 läuft, braucht ab dem 2. August denselben Hinweis wie ein neuer.
- **Die Agentur haftet nicht für euch.** Arbeiten Dritte in eurem Auftrag und unter eurer Verantwortung, bleibt ihr Betreiber.
- **Der Omnibus verschiebt nicht nur, er verschärft auch.** Art. 5 wird um zwei neue Verbotstatbestände erweitert: nicht einvernehmliche intime Deepfakes und sogenannte Nudifier-Apps. Diese Anwendungen sind dann nicht kennzeichnungspflichtig, sondern verboten.

Sanktionen, Aufsicht, Quellen

Was im Ernstfall droht – und worauf sich dieses Handout stützt.

Sanktionen und Aufsicht

Bis zu 15 Mio. Euro oder 3 % des weltweiten Jahresumsatzes, je nachdem, welcher Betrag höher ist; bei KMU wird die Verhältnismäßigkeit berücksichtigt. Durchgesetzt wird über die nationalen Marktüberwachungsbehörden – in Deutschland regelt das KI-Marktüberwachungs- und Innovationsförderungsgesetz (KI-MIG) das Nähere; es tritt zum 2. August 2026 in Kraft und macht die Bundesnetzagentur zur zentralen Marktüberwachungsbehörde und Beschwerdestelle. Praktisch relevanter als das Höchstbußgeld dürfte für die meisten Unternehmen die wettbewerbsrechtliche Abmahnung sein – ein fehlender Chatbot-Hinweis ist von außen in Sekunden dokumentierbar. Rechtlich ist dabei zu unterscheiden: Ob ein Verstoß gegen Art. 50 unmittelbar über § 3a UWG als Rechtsbruch abmahnfähig ist, ist bislang ungeklärt; mehrere Kanzleien halten die Einordnung als Marktverhaltensregel für vertretbar, höchstrichterliche Rechtsprechung fehlt. Belastbar ist der Angriff über die Irreführungstatbestände – Vorenthalten einer wesentlichen Information nach § 5a UWG oder aktive Irreführung nach § 5 UWG. Diese Wege bestanden bereits vor dem AI Act. Es gilt das Marktortprinzip – wer im EU-Markt ausspielt, fällt darunter, unabhängig vom Firmensitz.

Quellen

- Verordnung (EU) 2024/1689 (KI-Verordnung), Art. 3 Abs. 60, Art. 50, Art. 99
- Europäische Kommission: Leitlinien zu den Transparenzpflichten nach Art. 50, finale Fassung vom 20.07.2026
- Europäische Kommission: FAQ zu den Transparenzpflichten nach Art. 50, Stand 20.07.2026
- Code of Practice on Transparency of AI-Generated Content, 10.06.2026 – freiwillig, von Kommission und AI Board als angemessen bewertet
- Verordnung (EU) 2026/1744 (Digital-Omnibus-Verordnung zur KI), angenommen 08.07.2026, Amtsblatt 24.07.2026, in Kraft seit 27.07.2026
- KI-Marktüberwachungs- und Innovationsförderungsgesetz (KI-MIG), in Kraft zum 02.08.2026
- EU-Icons zur Kennzeichnung KI-generierter Inhalte: digital-strategy.ec.europa.eu/de/policies/eu-icons-labelling-ai-generated-content
- Zum Urheberrecht an KI-Inhalten: AG München, Urt. v. 13.02.2026 – 142 C 9786/25; LG Frankfurt/M., Urt. v. 17.12.2025 – 2-06 O 401/25; LG München I, Urt. v. 11.11.2025 – 42 O 14139/24 (GEMA ./ OpenAI). Sämtlich erstinstanzlich.

Artikel 50 verbietet nichts.

Er verlangt nur, dass Menschen wissen, womit sie es zu tun haben. Wer ein Bild einer Pflegekraft veröffentlicht, die es nie gegeben hat, sollte selbst kein Interesse daran haben, dass das im Verborgenen bleibt. Transparenz ist hier kein Compliance-Ärgernis. Sie ist Markenhygiene.

Und der Gedanke zum Mitnehmen: Artikel 50 zwingt euch, KI-Inhalte sichtbar zu kennzeichnen. Das Urheberrecht sagt euch, dass ihr an genau diesen Inhalten meist keine Rechte habt. Wer stark auf KI-Bilder setzt, markiert öffentlich, was er nicht schützen kann.

Andreas Lehnert · UnitedCreation · Gehrnstr. 7–11 · Ettlingen bei Karlsruhe
Teil der Webinar-Reihe „Hands-on Marketing & Generative KI“

Dieses Handout vermittelt praxisnahes Anwenderwissen und ersetzt keine Rechtsberatung. Maßgeblich sind der Wortlaut der KI-Verordnung, die Leitlinien der Kommission sowie die Auslegung durch Behörden und Gerichte. Rechtsstand: 27. Juli 2026.