

Leitfaden KI im Marketing

zu den Transparenzpflichten des EU AI Act im Bereich Marketing

KI im Marketing: Wann ist eine Kennzeichnung Pflicht?

Künstliche Intelligenz gehört inzwischen längst zum Marketingalltag. Sie optimiert Produktbilder und Mitarbeiterfotos, verändert Hintergründe und unterstützt bei Texten für Webseiten, Newsletter und Social Media.

Doch wie geht man verantwortungsvoll, rechtssicher und qualitätsorientiert mit KI im Marketing um? In diesem Paper zeigen wir, worauf Sie bei der Nutzung von Texten und Bildern achten sollten.



Die KI-VO als rechtliche Grundlage

Die KI-Verordnung (KI-VO) ist eine Verordnung der Europäischen Union im Zuge des EU AI Acts. Sie zielt darauf ab, den Einsatz von KI-Technologien sicherer und transparenter zu gestalten und legt Regeln fest, um Risiken zu minimieren und das Vertrauen in KI-Systeme zu stärken. Sie ist offiziell am 1.8.2024 in Kraft getreten. Die einzelnen Regelungen werden schrittweise wirksam.

Relevant für die Nutzung von KI zur Erstellung von Texten und Bildern ist vor allem Artikel 50 KI-VO zu Transparenzpflichten. Diese gelten seit dem 2. August 2026.

Unternehmen müssen bestimmte KI-generierte Inhalte kenntlich machen. Bei Verstößen drohen **Geldbußen von bis zu 15 Millionen Euro** oder 3 Prozent des weltweiten Jahresumsatzes. Für kleinere Unternehmen gelten besondere Obergrenzen.

Die EU-KI-Verordnung soll der Einsatz von KI sicherer und transparenter gestalten. Doch was genau heißt das für den täglichen Umgang mit KI in Text und Bild im Marketing?

Grundsätzlich gilt:

Nicht jeder KI-Inhalt ist im Marketing per se kennzeichnungspflichtig. Maßgeblich ist die Transparenzpflicht zum Schutz der Öffentlichkeit vor Täuschung.

Im Folgenden zeigt eine Checkliste, wann eine Kennzeichnung erforderlich ist.



KI-Bilder im Marketing

Bei Bildern gilt: Hier kann eine Kennzeichnung erforderlich sein, wenn die künstlich erzeugte Darstellung wie ein echtes Foto oder eine reale Situation wirkt und so zu **Täuschung oder Verwechslung** führen kann. Dabei spielt nicht die Anzahl der Bearbeitungsschritte eine Rolle, sondern der Eindruck, den das fertige Bild vermittelt und welche Schlussfolgerungen Betrachter daraus ziehen könnten.



GRÜN – keine KI-Kennzeichnung nötig

Das muss nicht gekennzeichnet werden:

- offensichtlich künstliche Grafiken – wie etwa Comics, Pop-Art, Fantasiewesen, abstrahierte Illustrationen
- rein illustrative KI-Bilder, ohne täuschend echte Darstellung realer Personen, Orte oder Ereignisse
- intern genutzte Bilder, die nicht extern veröffentlicht werden

Nicht kennzeichnungspflichtig ist auch rein KI-gestützte Bildbearbeitung, etwa bei technischer Retusche:

- Kontrast und Licht verbessern
- Schatten oder Reflexion optimieren
- Hintergrundunschärfe erzeugen
- Foto zuschneiden
- Farbkorrektur
- Entfernen störender Objekte/Hintergründe
- Kleine optische Korrekturen (Haare korrigieren, Hemdfalten glätten, leichte Hautunreinheiten entfernen, Kleidungsfarbe an das Corporate Design anpassen)
- Produkt freistellen
- Generative Bilderweiterung (Seitenränder),

solange das Bild in seinem Kern authentisch bleibt.

Faustregel

Die KI verbessert die Darstellung, ohne eine wesentliche neue Realität vorzutäuschen.

BEISPIEL



KI-gestützte Bildbearbeitung, hier: Bilderweiterung nach links und rechts



GELB – kurz nachdenken

Prüfen Sie den Gesamteindruck des fertigen Bildes. Kritisch kann es werden, wenn ein Bild

- ein Produkt in einer künstlich erzeugten, aber real wirkenden Umgebung zeigt;
- künstlich erzeugte Menschen wie echte Kunden oder Mitarbeitende erscheinen lässt;
- eine reale Person wesentlich verändert;
- eine reale Situation oder ein Produkt deutlich aufwertet;
- durch viele kleine Änderungen insgesamt einen falschen Eindruck erzeugt.

Beispiel: Darstellung einer Messehalle

Eher unproblematisch: Wird das Licht verbessert, ein störendes Kabel entfernt, kleine Bildfehler korrigiert, ist das regelmäßig eher unproblematisch.

Kritisch wird es, wenn die Realität deutlich verändert wird – etwa, wenn künstlich zusätzliche Personen ins Bild eingefügt werden, um den Eindruck zu vermitteln, dass der Stand sehr stark besucht war.

Prüffrage

Könnte das Bild einen falschen Eindruck vermitteln, der nicht der Realität entspricht?

BEISPIEL – UNPROBLEMATISCH



AI

KI-gestützte Entfernung störender Elemente (Namensschild, Kabel und Hintergrund)

BEISPIEL – KRITISCH



AI

KI-gestützte Ergänzung von Besuchern auf einer Messe



ROT – Kennzeichnung erforderlich

Eine Kennzeichnungspflicht besteht immer dann, wenn sogenannte Deepfakes vorliegen. Dabei handelt es sich um durch künstliche Intelligenz erzeugte Inhalte, die eine täuschend echte, jedoch frei erfundene Realität darstellen.

Typische Fälle können beispielsweise sein:

- **Irreführende Produktwerbung:** Eine bekannte Person scheint für ein Produkt zu werben, ohne je daran beteiligt gewesen zu sein.
- **Veränderte Aussagen:** Einem Mitarbeiter werden in einem KI-Video Sätze in den Mund gelegt, die er in der Wirklichkeit nie gesagt hat.
- **Erfundene Teilnahme:** Eine (prominente) Person wird an einem realen Ort oder einer Veranstaltung gezeigt, an dem sie nie anwesend war.
- **Inszenierte Wirklichkeit:** Einer schlecht besuchten Veranstaltung wird digital Publikum hinzugefügt, Applaus oder Begeisterung werden gezeigt, die es tatsächlich nicht gab.
- **Manipulierter Ablauf:** Ein echtes Ereignis wird so manipuliert, dass ein falscher Gesamteindruck entstehen könnte.

Merksatz

Je stärker KI die Realität verändert, desto kritischer ist der Einsatz.

BEISPIELE



KI-verändertes Foto einer realen Person



KI-generiertes Porträt eines Menschen, das wie ein echtes Foto aussieht



KI-generiertes Produktfoto



KI-generiertes Landschaftsbild im Fotorealismus

KI-generierte Texte im Marketing

Nicht für alle KI-generierten Texte im Marketing gilt eine Kennzeichnungspflicht. Hier kommt es besonders darauf an, **was der Text aussagt und für wen er bestimmt ist**.



GRÜN – keine KI-Kennzeichnung nötig

1. Texte im Produktmarketing

Eine Kennzeichnungspflicht betrifft vor allem Texte, die über Themen von öffentlichem Interesse informieren. Für gewöhnliche Werbe- und Produkttexte gilt sie regelmäßig nicht. So müssen etwa

- Produktbeschreibungen
- Werbetexte
- Social Media-Teaser
- Google-Ads
- Kampagnentexte
- Produktinformationen in Newslettern

nicht automatisch gekennzeichnet werden, sofern sie fachlich korrekt sind und die Realität nicht irreführend verzerren.

2. Nutzung von KI als Hilfsmittel

Die Nutzung von KI muss in der Regel nicht gekennzeichnet werden, wenn sie lediglich als Hilfsmittel

- zur Ideenfindung für Bildmotive, Texte, Claims etc.
- zur Textstrukturierung
- zum Korrekturlesen (Grammatik, Ausdruck, sprachliche Optimierung)
- als Übersetzungshilfe

genutzt wird.

3. KI erstellt, Mensch prüft

Sofern ein von der KI erstellter Text vor seiner Veröffentlichung fachlich und redaktionell geprüft und ggf. überarbeitet wurde, muss er regelmäßig **nicht gekennzeichnet** werden. Geprüft werden sollten:

- sachliche Richtigkeit
- wichtige Aussagen
- verwendete Quellen
- mögliche Schlussfolgerungen
- Verständlichkeit
- angemessener Tonfall

Wichtig

Anschließend gibt die prüfende Person den Text verantwortlich frei. Der Text muss dabei nicht unbedingt geändert, sondern kann auch unverändert übernommen werden.



GELB – aufpassen!

Nicht ausreichend geprüft

Wurde ein Text nur oberflächlich gelesen, sollte er **vorsorglich als KI-generiert gekennzeichnet** werden. Das gilt zum Beispiel, wenn

- der Fachbeitrag nur überflogen wurde;
- niemand Fakten oder Quellen geprüft hat;
- nur Rechtschreibung und Grammatik kontrolliert wurden;
- nicht nachvollziehbar ist, wer den Text fachlich freigegeben hat;
- automatisch veröffentlichte Beiträge nur sporadisch kontrolliert werden.

Interne Regel

Führen Sie entweder eine sorgfältige fachliche Prüfung durch oder kennzeichnen Sie den Beitrag vorsorglich als KI-generiert.



ROT – Wann können Texte kennzeichnungsrelevant sein?

Eine Kennzeichnung kann erforderlich sein, wenn ein KI-generierter Text die Öffentlichkeit über ein Thema von öffentlichem Interesse informiert. Dazu gehören zum Beispiel:

- neue Gesetze und wichtige Gerichtsurteile
- Datenschutz und Sicherheit im Internet
- wirtschaftliche Entwicklungen
- neue behördliche Vorgaben
- gesellschaftliche oder politische Entwicklungen

Aber auch hier gilt:

Wurde der Text fachlich oder redaktionell geprüft und verantwortlich freigegeben, ist eine Kennzeichnung nicht erforderlich.

Die 30-Sekunden-Checkliste für das Marketing

BILDER	Der Realität entsprechende Gestaltung oder Produktinszenierung	Mögliche Veränderung des tatsächlichen Eindrucks	Deepfakes: Täuschend echte künstliche Realität
	Werbe- und Produkttexte oder fachlich geprüfter Informationstext	Nur oberflächliche Kontrolle	Öffentlicher Informationstext ohne redaktionelle Prüfung
	● selbst veröffentlichen	● prüfen oder kennzeichnen	● kennzeichnen
TEXTE			

Rechtsgrundlage: Art. 50 EU AI Act. Die Einordnung dient als praxisorientierte Erstprüfung für typische Marketingfälle und ersetzt keine Einzelfallprüfung in besonderen Konstellationen.

Ihr nächster Schritt: KI rechtssicher einsetzen

Künstliche Intelligenz eröffnet neue Möglichkeiten – entscheidend ist jedoch nicht nur, ob Unternehmen KI einsetzen, sondern wie sie KI verantwortungsvoll und rechtssicher in ihre Prozesse integrieren.

Kenan Tilki und Philipp Gumpert unterstützen Sie dabei als Experten für KI-Compliance, Datenschutz und Informationssicherheit. Gemeinsam helfen wir Ihnen, KI nicht nur anzuwenden, sondern ihren Einsatz auch rechtssicher, nachvollziehbar und verantwortungsvoll zu gestalten.

Nutzen Sie unser kostenloses Erstgespräch und sprechen Sie mit uns über Ihren konkreten KI-Einsatz und Ihren individuellen Handlungsbedarf.



Weitere Informationen zu unserem Angebot finden Sie unter:
[KI-Compliance bei Creditreform Compliance Services](#)