

Muss ich diesen KI-Inhalt kennzeichnen?

Eine Orientierungshilfe für alle, die mit KI Bilder, Texte oder Audio veröffentlichen: wann Transparenz gefordert ist, zwei Fragen zum Sortieren und die typischen Fälle aus dem Alltag.

GRUNDLAGE

EU AI Act, Art. 50

GILT AB

2. August 2026

Seit dem **2. August 2026** gelten neue Transparenzregeln für KI. Ihr müsst deshalb nicht jeden KI-Inhalt kennzeichnen. Entscheidend sind vier Fälle. Wenn ihr sie kennt, könnt ihr viele Situationen schnell einordnen.

DIE GRUNDREGEL

Bei diesen vier Fällen müsst ihr genauer hinsehen:

- 1 Ein Bild, ein Ton oder ein Video wirkt echt, ist aber künstlich.
- 2 Ihr veröffentlicht einen KI-Text zu einem Thema von öffentlichem Interesse. Der Text wurde vorher nicht fachlich geprüft.
- 3 Eure Gäste sprechen direkt mit einer KI.
- 4 Ein System wertet biometrische Daten aus, um Gefühle oder Absichten zu erkennen oder Menschen Kategorien zuzuordnen.

Wer ist eigentlich gemeint? **Anbieter** ist, wer ein KI-System entwickelt oder entwickeln lässt und es unter eigenem Namen bereitstellt. **Betreiber** ist, wer ein KI-System beruflich unter eigener Verantwortung nutzt. Für euch ist meist die Betreiberrolle entscheidend. Lasst ihr ein System unter eurem Namen entwickeln, könnt ihr aber selbst Anbieter sein.

Als Betreiber kümmert ihr euch vor allem um täuschend echte Inhalte, bestimmte Texte und Hinweise bei Emotionserkennung oder biometrischer Kategorisierung. Bei einem Chatbot muss grundsätzlich der Anbieter den Hinweis einbauen. Prüft trotzdem, ob er für eure Gäste tatsächlich sichtbar oder hörbar ist.

01 Zwei Fragen für die erste Einordnung

Bevor ihr in die Details geht, klärt diese beiden Dinge. Damit könnt ihr die meisten Fälle zuerst einordnen:

1. **Was macht die KI hier überhaupt?** Spricht jemand direkt mit ihr? Erstellt oder bearbeitet sie ein Bild, einen Ton, ein Video oder einen Text? Oder liest sie Gefühle und Merkmale von Menschen aus?
2. **Könnte jemand getäuscht werden?** Wirkt ein Bild, Ton oder Video echt, obwohl es das nicht ist? Oder informiert euer KI-Text die Allgemeinheit über ein Thema, das viele betrifft?

Für jeden Fall gelten eigene Regeln und Ausnahmen. Die nächsten Seiten gehen die vier Situationen einzeln durch.

02 Eure typischen Situationen

Diese Fälle begegnen euch im Marketing- und Kommunikationsalltag besonders oft.

1 Ihr zeigt ein KI-Bild, einen KI-Ton oder ein KI-Video

Kennzeichnen müsst ihr, wenn der Inhalt ein Deepfake ist und echt wirken könnte. Ein Deepfake zeigt eine Person, einen Ort, ein Gebäude, einen Gegenstand oder ein Ereignis so realistisch, dass Menschen den Inhalt für echt halten könnten. Das gilt auch für eine Szene, die nur plausibel existieren oder stattgefunden haben könnte. Entscheidend ist auch, wo ihr den Inhalt zeigt und was euer Publikum dort erwartet.

Kleine technische Korrekturen müsst ihr meist nicht kennzeichnen, solange die Aussage gleich bleibt: Bildrauschen entfernen, Helligkeit oder Farben leicht anpassen, schärfen, den Bildausschnitt wählen (Zuschnitt) oder Staubflecken retuschieren. **Anders kann es sein**, wenn die KI ein Zimmer größer, ein Hotel schöner oder eine Aussicht spektakulärer macht, als sie tatsächlich ist.

Es gibt keine Prozentgrenze, ab der etwas als Deepfake gilt. Es kommt darauf an, was verändert wurde und wie es wirkt. Ob jemand täuschen wollte, spielt keine Rolle.

2 Ihr veröffentlicht einen KI-Text

Frage euch zuerst, ob der Text die Allgemeinheit über ein Thema von öffentlichem Interesse informiert. Dazu zählen Gesundheit, Umweltschutz, öffentliche Sicherheit, Verbraucherschutz, Verwaltung und Politik. Werbung, Veranstaltungshinweise, Produkt- und Zimmerbeschreibungen gehören fast nie dazu. Lautet die Antwort nein, braucht ihr keinen Hinweis.

Lautet sie ja, kommt die zweite Frage: Hat eine fachkundige Person den Text vor der Veröffentlichung inhaltlich durchgesehen? Gemeint ist jemand, der Aussagen, Fakten und Quellen prüft und den Text freigeben, ändern oder ablehnen kann. Rechtschreibung zu glätten, zählt nicht. Außerdem muss jemand bei euch die Verantwortung dafür übernehmen, dass der Text erscheint. Ist er so geprüft, braucht ihr ebenfalls keinen Hinweis.

Nur wenn die erste Frage ja ergibt und die zweite nein, kennzeichnet ihr den Text. Der Hinweis muss beim ersten Lesen zu sehen sein. Ihr entscheidet also selbst, welchen Weg ihr geht: prüfen lassen oder kennzeichnen.

3 Eine KI spricht mit euren Gästen

Chatbot auf der Website, KI am Telefon, digitaler Avatar am Empfang: Eure Gäste müssen von Beginn an klar erkennen können, dass sie mit KI sprechen. Dafür ist grundsätzlich der Anbieter des Systems verantwortlich. Prüft als Betreiber trotzdem, ob der Hinweis tatsächlich erscheint oder angesagt wird.

Ein Hinweis kann nur entfallen, wenn eine durchschnittliche, aufmerksame Person die KI-Interaktion ohnehin erkennt. Legt diese Ausnahme eng aus. Eine blechern klingende Stimme reicht nicht automatisch.

4 Comic, Illustration oder Kunst?

Comics, Cartoons, Zeichnungen oder Fantasiebilder sind meist keine Deepfakes, wenn klar erkennbar ist, dass sie nicht echt sein sollen. Dann braucht ihr in der Regel keinen Hinweis.

Anders ist es, wenn in einem künstlerischen oder satirischen Werk doch eine täuschend echte Szene steckt. Dann müsst ihr es kenntlich machen. Ihr dürft den Hinweis aber dezent setzen, sodass er das Werk nicht stört.

03 Bevor ihr auf „Veröffentlichen“ klickt

Klärt vor dem Veröffentlichen noch zwei Dinge.

Verantwortung klären

- ☐ Gibt es eine feste Ansprechperson, die im Zweifel entscheidet, ob gekennzeichnet wird?
- ☐ Habt ihr eine simple Regel, an die sich alle halten, damit nicht jede:r anders verfährt?
- ☐ Könntet ihr später erklären, warum ihr etwas gekennzeichnet habt oder bewusst nicht?
- ☐ Habt ihr mit Agenturen und Dienstleistern schriftlich geregelt, dass sie euch sagen, wo KI im Spiel war? Und ist klar, wer am Ende verantwortlich ist, wenn etwas veröffentlicht wird?
- ☐ Bekommt ihr Bild- oder Videomaterial von Leistungsträgern (Hotels, Veranstalter, Partner) und veröffentlicht es selbst? Verlangt von ihnen die Information, ob KI im Spiel war, und lasst euch vorhandene Kennzeichnungen mitliefern. Wer fremdes Material nur unverändert zeigt, ist dafür meist nicht selbst verantwortlich, aber kennzeichnen könnt ihr nur, was ihr wisst.

Kurz weiterdenken

Dieselben Inhalte berühren häufig weitere Themen:

- **Datenschutz:** Sobald personenbezogene Daten im Spiel sind, müsst ihr genauer hinsehen. Das gilt besonders für Fotos und Stimmen.
- **Urheberrecht:** Was darf in die KI hinein und welche Rechte habt ihr am Ergebnis?
- **Persönlichkeitsrechte:** Wenn ihr Gesicht oder Stimme einer Person digital nachbaut, klärt vorher, ob ihr das dürft.
- **Werberecht:** KI-Bilder dürfen bei Gästen keine falschen Erwartungen wecken. Wenn ein Hotelzimmer größer oder eine Aussicht spektakulärer wirkt, als sie tatsächlich ist, hilft auch der Hinweis „KI-generiert“ nicht.

04 So kennzeichnet ihr konkret

Wenn ihr kennzeichnen müsst, muss der Hinweis von Beginn an klar, gut lesbar oder gut hörbar sein. Niemand soll danach suchen müssen.

SO SCHREIBT IHR ES HIN

Ein kurzer Hinweis genügt: „**KI-generiert**“ oder „**KI-bearbeitet**“. Noch klarer wird es, wenn ihr dazusagt, was gemacht wurde, etwa „teilweise mit KI verändert“. Ihr könnt auch die EU-Symbole nutzen, im Zweifel Symbol und Text zusammen.

- **Bei Bildern** setzt ihr den Hinweis direkt auf das Bild oder so nah daneben, dass die Zuordnung eindeutig bleibt.
- **Bei kennzeichnungspflichtigen Texten** muss der Hinweis beim ersten Lesen sichtbar sein, zum Beispiel direkt unter der Überschrift.
- **Bei Videos** gehört der Hinweis an den Anfang. Wenn Leute mittendrin einsteigen können, etwa bei einem Livestream oder bei Ausschnitten, zeigt ihn noch einmal. Bei langen Videos ist eine Wiederholung sinnvoll.
- **Bei reinem Ton** sagt es zu Beginn einfach an. Bei langen oder live gesendeten Aufnahmen könnt ihr es zwischendurch wiederholen.
- Der Hinweis muss auch für Menschen mit Einschränkungen zugänglich sein: mit gutem Kontrast, verständlichen Worten und nach Möglichkeit maschinenlesbarem Alternativtext.

Zu den Symbolen: Die EU stellt drei kostenlose Symbole bereit. Ihr müsst sie nicht verwenden. Sie helfen aber, Hinweise einheitlich zu gestalten. Die Empfehlungen zur Platzierung und Wiederholung stammen aus dem freiwilligen Verhaltenskodex. Sie stehen so nicht im Gesetz.



PRAKTISCHER TIPP

Mit dem kostenlosen Kennzeichnungs-Tool von snipKI könnt ihr die offiziellen EU-Symbole direkt auf Bilder und Videos setzen. Nach Angaben des Anbieters werden eure Dateien nur im Browser verarbeitet und nicht hochgeladen. Das Tool nimmt euch die Gestaltung ab. Ob ihr einen Inhalt kennzeichnen müsst, prüft ihr trotzdem vorher.

kennzeichnung.snipki.de · Externes Werkzeug, kein Angebot der Europäischen Union.

OFFIZIELLE QUELLEN



Fragen und Antworten der EU-Kommission zu Art. 50



Leitlinien der EU-Kommission



EU-Symbole für KI-generierte Inhalte

Rechtlicher Hinweis. Dieser Wegweiser gibt eine erste Orientierung und ersetzt keine Rechtsberatung. Er behandelt keinen konkreten Einzelfall. Grundlage sind Art. 50 des EU AI Acts, die Leitlinien der EU-Kommission vom 20. Juli 2026 und der freiwillige Verhaltenskodex zur Transparenz KI-generierter Inhalte. Die Leitlinien und der Verhaltenskodex sind rechtlich nicht bindend. Verbindlich auslegen können das Gesetz nur die Gerichte. Weitere europäische und nationale Vorschriften können zusätzlich gelten. Für konkrete Fälle holt bitte fachkundigen Rat ein.

Art. 50 gilt seit dem 2. August 2026. Eine begrenzte Übergangsfrist bis zum 2. Dezember 2026 betrifft nur die maschinenlesbare Kennzeichnung durch Anbieter von KI-Systemen, die bereits vor dem 2. August 2026 auf dem Markt waren. Für sichtbare Hinweise durch Betreiber gibt es diese Übergangsfrist nicht. Inhalte, die vor dem 2. August 2026 entstanden sind, müssen nicht nachträglich gekennzeichnet werden.

/ © Judith Schulz · KI & Tourismus · judithschulz.com · kontakt@judithschulz.com