



LEITFADEN FÜR DIE PRAXIS

KI-TRANSPARENZ- PFLICHTEN NACH ART. 50 KI-VO RECHTSKONFORM UMSETZEN



KI | Transparenzpflichten sicher umgesetzt.
Risiken | Souverän gemanagt.
Lösungen | Mandantenorientiert entwickelt.

Inhaltsverzeichnis

1. Das Wichtigste in Kürze
2. In vier Schritten zur richtigen Entscheidung
3. Typische Fälle aus Marketing und Vertrieb
4. Hintergrund
5. Rechtlicher Rahmen: Wer ist wofür verantwortlich?
6. Praxisfragen und Antworten
7. Checkliste vor der Veröffentlichung
8. Fazit und Ausblick

Dieser Leitfaden richtet sich an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die KI-Werkzeuge für Inhalte einsetzen, insbesondere in Marketing und Vertrieb, sowie an beauftragte Agenturen. Er unterstützt bei der Frage, ob Inhalte nach Art. 50 KI-VO zu kennzeichnen sind – und falls ja: **wie, wo und wann**.



Kernaussage

“Nicht jeder KI-Einsatz muss gekennzeichnet werden. Kennzeichnungspflichten bestehen vor allem bei realistisch wirkenden Bild-, Audio- und Videoinhalten (Deepfakes) sowie in einem engeren Fall bei Texten zu Angelegenheiten von öffentlichem Interesse.”

Offizielle Fundstellen

- KI-Verordnung vom 13. Juni 2024 [↗](#)
- Digital Omnibus on AI vom 8. Juli 2026 [↗](#)
- FAQ der EU-Kommission (nur Englisch) [↗](#)
- Leitfaden der EU-Kommission vom 20. Juli 2026 (nur Englisch) [↗](#)
- Code of Practice der EU-Kommission vom 10. Juni 2026 (nur Englisch) [↗](#)

1. Das Wichtigste in Kürze

- Nicht jeder KI-Einsatz muss gekennzeichnet werden. Eine Pflicht besteht vor allem bei **Bild-, Audio- und Videoinhalten**, die realistisch wirken und als echt oder wahrheitsgemäß erscheinen könnten (Deepfakes, Art. 50 Abs. 4 i. V. m. Art. 3 Nr. 60 KI-VO).
- Kennzeichnen Sie digitale Bild- und Videoinhalte grundsätzlich **im Inhalt selbst**. Ein Hinweis nur in Bildunterschrift/Caption, AGB, Datenschutzerklärung, Impressum oder URL genügt regelmäßig nicht.
- Bei digitalen Bildern und Videos gehört ein sichtbares **Label** in den Inhalt (z. B. „KI-generiert“ oder „KI-bearbeitet“). Bei Audio ist ein **hörbarer Hinweis am Anfang** üblich. Für offensichtlich künstlerische, kreative, satirische oder fiktionale Werke sowie für nicht digital bereitgestellte Inhalte gelten erleichterte Platzierungsregeln („kontextuelle Offenlegung“).
- Reine Standardbearbeitung (z. B. Zuschchnitt, Retusche, Upscaling, Farb-/Licht-/Tonkorrektur) löst typischerweise keine Pflicht aus. Verändert die KI dagegen die **Aussage** des Inhalts bzw. kann er fälschlich als echt erscheinen, ist zu kennzeichnen.
- Interne Entwürfe und Präsentationen müssen in der Regel nicht gekennzeichnet werden. Sobald ein Inhalt veröffentlicht wird, ist die Kennzeichnungspflicht zu prüfen – auch bei Agenturproduktionen. Im Zweifel Verantwortung vorab mit der Rechtsabteilung klären.
- Im Zweifel gilt: **kennzeichnen** oder vor Veröffentlichung Rücksprache mit der Rechtsabteilung halten.

2. In vier Schritten zur richtigen Entscheidung

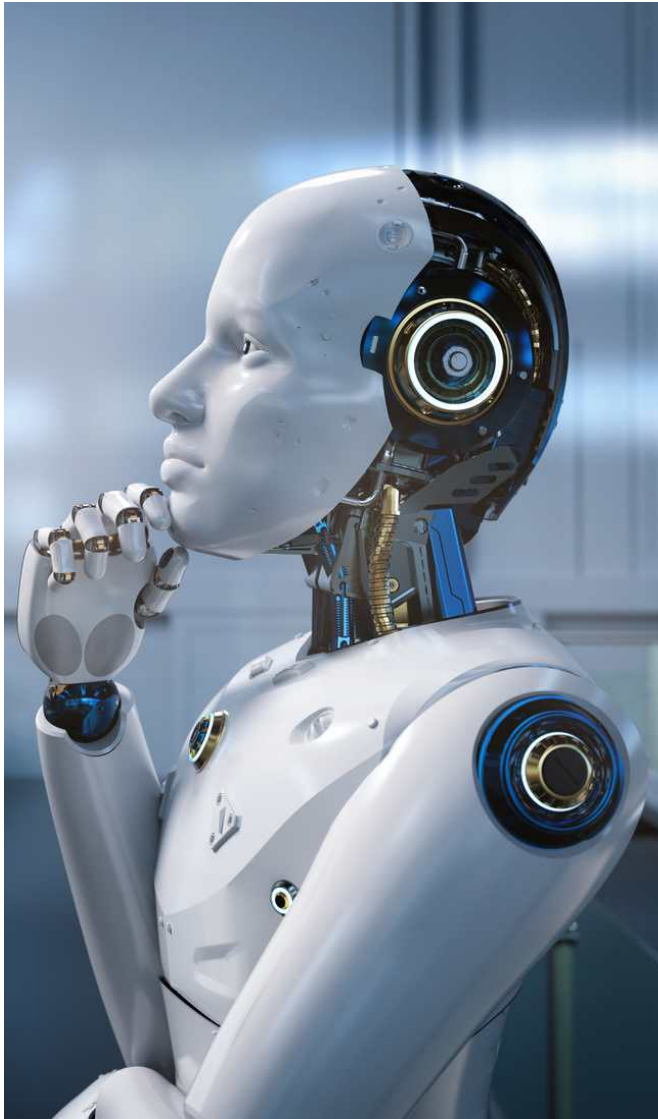
- 1 Wird der Inhalt veröffentlicht?** Nein (rein intern: Entwurf, Moodboard, interne Präsentation) → in der Regel keine Kennzeichnungspflicht nach Art. 50 Abs. 4. Ja → Schritt 2.
- 2 Um welche Art von Inhalt geht es?** Bild, Ton oder Video → Schritt 3. Reiner Text → nur kennzeichnen, wenn er (a) veröffentlicht wird, (b) die Öffentlichkeit über eine Angelegenheit von öffentlichem Interesse informieren soll und (c) keine inhaltliche menschliche Überprüfung/redaktionelle Verantwortung für die Veröffentlichung vorliegt (Art. 50 Abs. 4, Leitlinien/FAQ). Reine Werbetexte und Produktbeschreibungen sind allein wegen KI-Einsatzes grundsätzlich nicht kennzeichnungspflichtig.
- 3 Wirkt der Inhalt „echt“?** Zeigt er Personen, Produkte, Orte oder Ereignisse so, dass Betrachter ihn für eine echte Aufnahme halten könnten, ist regelmäßig zu kennzeichnen – auch ohne Täuschungsabsicht und auch dann, wenn keine tatsächlich existierende Person/Sache abgebildet ist, aber real existieren könnte. Keine Kennzeichnung ist bei offensichtlich unrealistischen Darstellungen erforderlich (z. B. Fabelwesen, fliegender Mensch „aus eigener Kraft“, sprechendes Tier).
- 4 Wie wird gekennzeichnet?** Bei digitalen Bildern/Videos Label sichtbar im Inhalt einbetten; bei Video zu Beginn und nach Unterbrechungen wiederholen; bei Livestreams dauerhaft einblenden; bei Audio gesprochener Hinweis am Anfang – spätestens erkennbar, wenn der Inhalt erstmals wahrgenommen wird (Art. 50 Abs. 5; Leitlinien; Code of Practice). Für Kunst/Satire/Fiktion und für nicht digital bereitgestellte Inhalte gelten erleichterte Platzierungsregeln.



3. Schnellübersicht: Typische Fälle aus der Praxis

Typischer Fall	Kennzeichnung?	Praxishinweis
Vollständig KI-generiertes Kampagnenbild mit realistischer Szene	Ja	Label z. B. „KI-generiert“ (CoP: „AI GENERATED“).
Reales Produktfoto mit vollständig KI-generiertem Hintergrund, der wie echte Aufnahme wirkt	Ja	Label z. B. „KI-bearbeitet“ (CoP: „AI MODIFIED“).
Reales Foto, nur Zuschchnitt/Retusche/Upscaling/Farb- oder Lichtkorrektur	In der Regel nein	Typisches „Standard-Editing“ ohne Änderung der Kernaussage.
KI-Model/virtuelles Testimonial, das wie reale Person aussieht	Ja	Zusätzlich Persönlichkeitsrechte/Einwilligungen prüfen, insbesondere bei Ähnlichkeit zu realen Personen.
Geklonte oder synthetische Stimme (Voicebot, Podcast-Intro)	Ja	Hörbarer Hinweis am Anfang („Dieser Beitrag enthält eine KI-generierte Stimme“).
KI-Übersetzung oder Lippsynchronisation eines echten Videos	Kommt darauf an	Kennzeichnen, wenn der bearbeitete Inhalt fälschlich als echt/wahrheitsgemäß erscheinen kann (Deepfake-Kriterien).
Offensichtlich fantastische Bildwelt (Fabelwesen, sprechendes Tier)	In der Regel nein	Keine Täuschungseignung im konkreten Kontext.
Rein werbliche KI-Texte (Produktbeschreibung, Newsletter, Anzeige)	Grundsätzlich nein	Keine Kennzeichnung nach Art. 50 Abs. 4 allein wegen KI, solange keine Information zu öffentlichem Interesse.
KI-Text zu Gesundheit/Sicherheit/Umwelt/Politik o. ä. (öffentliches Interesse), ohne verantwortete inhaltliche Prüfung	Ja	Kennzeichnung erforderlich, wenn keine menschliche Überprüfung/redaktionelle Verantwortung.
Interne Präsentation/Entwurf/Moodboard	In der Regel nein	Vor Veröffentlichung erneut prüfen.
Inhalte vor dem 2. August 2026 erzeugt und bereits veröffentlicht	Keine rückwirkende Pflicht	Keine nachträgliche Kennzeichnung, solange nicht erneut mit KI bearbeitet (FAQ der EU-Kommission).

Merksatz — Entscheidend ist nicht, ob KI eingesetzt wurde, sondern ob der konkrete Output im konkreten Kontext täuschen kann und deshalb offenzulegen ist (Art. 50 Abs. 4; Leitlinien).



4. Hintergrund

- Ab dem 2. August 2026 gelten die Transparenzpflichten des Art. 50 KI-VO. Unternehmen müssen beim Einsatz generativer KI für Inhalte daher nicht nur gestalterisch, sondern auch rechtlich entscheiden: Muss dieser Inhalt gekennzeichnet werden – und wenn ja, wie, wo und wann?
- Die KI-VO ordnet KI-Systeme nicht nach Branchen, sondern nach Risiko. Art. 50 enthält Transparenzpflichten für Systeme mit begrenztem Risiko: Die Vorschrift zielt nicht auf eine pauschale Kennzeichnung jedes KI-Einsatzes, sondern auf die Vermeidung von Täuschung. Menschen sollen erkennen können, wann sie mit einer KI interagieren und wann ein Inhalt künstlich erzeugt oder verändert wurde.
- Art. 50 ist praktisch besonders relevant, weil generative KI in nahezu allen Unternehmensbereichen eingesetzt wird. Für Marketing und Vertrieb stehen insbesondere realistisch wirkende Bild-, Audio- und Videoinhalte (Deepfakes) im Fokus. In diesen Fällen handeln die Abteilungen regelmäßig als Betreiber (Deployer) und unterliegen vor allem Art. 50 Abs. 4 i. V. m. Abs. 5 KI-VO.

5. Rechtlicher Rahmen: Wer ist wofür verantwortlich?

- **Art. 50 KI-VO** bündelt Transparenzpflichten für KI-Systeme, deren Ergebnisse von Menschen wahrgenommen werden. Welche Pflicht gilt, hängt insbesondere davon ab, ob das Unternehmen als Anbieter oder Betreiber handelt, und welcher Anwendungsfall vorliegt. Eine allgemeine Pflicht, jeden KI-Einsatz zu kennzeichnen, enthält Art. 50 nicht.
- **Anbieter** (Art. 3 Nr. 3 KI-VO) entwickeln KI-Systeme und bringen sie unter eigenem Namen auf den Markt (z. B. Anbieter von Bild-, Text- oder Sprachgeneratoren). Für Anbieter sind vor allem Art. 50 Abs. 1 und Abs. 2 relevant.
- **Betreiber** (Art. 3 Nr. 4 KI-VO) nutzen ein KI-System in eigener beruflicher Verantwortung (z. B. Erstellung von Kampagnenbildern mit einem Tool). Betreiberpflichten ergeben sich vor allem aus Art. 50 Abs. 3 und Abs. 4. Marketing und Vertrieb sind in der Praxis nahezu immer Betreiber.
- Die **EU-Kommission** stellt klar, dass einzelne Beschäftigte, die unter Weisung und Kontrolle eines Unternehmens handeln, nicht selbst Betreiber sind – Betreiber ist das Unternehmen. Der Einsatz von Freelancern/Auftragnehmern ändert daran nichts, solange dies unter Verantwortung und Kontrolle des Unternehmens erfolgt (FAQ der Kommission).

Die vier Anwendungsfälle in Art. 50 KI-VO (Überblick)

- Abs. 1 – **Direkte Interaktion** (Anbieter): KI-Systeme für die direkte Interaktion (z. B. Chatbots, Sprachassistenten, Avatare) müssen so gestaltet sein, dass Nutzer erkennen, dass sie mit KI kommunizieren; Ausnahme nur bei offensichtlicher KI-Interaktion.
- Abs. 2 – **Maschinenlesbare Kennzeichnung** (Anbieter): Markierung synthetischer Audio-, Bild-, Video- oder Textausgaben in maschinenlesbarem Format (z. B. Wasserzeichen/Metadaten) und Erkennbarmachung.
- Abs. 3 – **Emotionserkennung und biometrische Kategorisierung** (Betreiber): Betroffene Personen über den Betrieb informieren; DSGVO beachten.
- Abs. 4 – **Deepfakes & bestimmte Texte** (Betreiber): Offenlegung, dass Deepfakes künstlich erzeugt oder verändert wurden; für bestimmte Texte gilt eine engere Pflicht.

Übergreifend bestimmt Abs. 5: Die Information ist klar, unterscheidbar und barrierefrei bereitzustellen – spätestens zum Zeitpunkt der ersten Interaktion oder Wahrnehmung.



Wie verbindlich sind Leitlinien und Code of Practice?

- Leitlinien der Kommission und Code of Practice sind rechtlich nicht bindend.
- Verbindlich auslegen kann Art. 50 KI-VO letztlich nur der Europäische Gerichtshof.
- In der Aufsichtspraxis ist jedoch zu erwarten, dass Marktüberwachungsbehörden sich an Leitlinien und Kodex orientieren und diese zum Maßstab entwickeln.
- Die Kommission und der KI-Ausschuss haben im Juli 2026 festgestellt, dass der Kodex die Pflichten aus Art. 50 Abs. 2, 4 und 5 angemessen abdeckt; dies begründet jedoch keine automatische Konformitätsvermutung („conclusive evidence of compliance“ liegt gerade nicht vor).
- Behörden können im Einzelfall weiterhin prüfen, ob die Pflichten tatsächlich erfüllt sind.

6. Praxisfragen und Antworten

Die nachfolgenden Fragen sind thematisch geordnet. Schwerpunkt sind die Offenlegungspflichten aus Art. 50 Abs. 4 KI-VO (Deepfakes und bestimmte Texte). Ergänzend folgt ein Abschnitt zu Art. 50 Abs. 3 (Emotionserkennung/biometrische Kategorisierung).

a) Verantwortung: Wer ist verantwortlich?

Adressat der Offenlegungspflicht ist grundsätzlich der Betreiber, der das KI-System nutzt, um den Inhalt zu erzeugen oder zu verändern und ihn anschließend zu veröffentlichen bzw. öffentlich bereitzustellen. Im Werbekontext ist das typischerweise der Werbetreibende, nicht die Agentur – sofern vertraglich und tatsächlich nichts anderes geregelt ist.

Bei Agenturkonstellationen gilt praktisch:

- **Unter Verantwortung und Kontrolle des Unternehmens** (Agentur/Freelancer arbeitet „eingebunden“) → Betreiber bleibt regelmäßig das Unternehmen.
- **Eigenständige Agenturproduktion** (Agentur nutzt KI vollständig eigenverantwortlich, Unternehmen erhält nur fertigen Inhalt) → Betreiberfrage im Einzelfall klären; Zuständigkeit und Freistellungen vertraglich regeln.

b) Deepfakes: Was ist ein Deepfake und was muss gekennzeichnet werden?

Ein Deepfake ist nach Art. 3 Nr. 60 KI-VO ein KI-erzeugter oder KI-veränderter Bild-, Ton- oder Videoinhalt, der realen Personen, Gegenständen, Orten, Einrichtungen oder Ereignissen ähnelt und fälschlich als echt oder wahrheitsgemäß erscheinen würde. Die Leitlinien betonen: Es kommt nicht auf Täuschungsabsicht an, sondern auf den äußeren Eindruck. Zudem muss keine tatsächlich existierende Person/Sache abgebildet sein; es genügt, dass das Dargestellte real existieren könnte.

Praxisprüfung — Maßgeblich ist die Gesamtbetrachtung: Ähnlichkeitsgrad, Kernaussage, Einsatzkontext und Erwartung des Publikums. Bei realistisch anmutenden Motiven im Zweifel kennzeichnen.

c) Standard-Editing: Welche Bearbeitungen sind ausgenommen?

Nicht jede Bearbeitung löst eine Kennzeichnungspflicht aus. Kennzeichnungsfrei bleiben nach Leitlinien typischerweise übliche Schritte der Postproduktion, sofern sie die Aussage des Inhalts nicht wesentlich verändern und keine Täuschungseignung begründen, insbesondere:

- Zuschnitt (Crop), Retusche, Upscaling
- Korrekturen von Licht, Farbe und Ton
- Freistellen von Motiven (z.B. Entfernen des Hintergrunds, Platzierung des Produkts auf neutralem oder einfarbigem Grund, klassisches Packshot/Katalogbild)
- Bearbeitung einzelner, nicht aussageprägender Hintergrunddetails

Kennzeichnungspflichtig wird es, wenn die Bearbeitung die Kernaussage verändert oder der Inhalt dadurch fälschlich als echt/wahrheitsgemäß erscheinen kann, z. B. vollständig KI-generierter Hintergrund mit „Fotorealismus“ oder eine Produktdarstellung, die Eigenschaften zeigt, die das reale Produkt nicht hat.

d) Synthetische Produktfotos und KI-Models

Synthetische Produktfotos, die reale Waren täuschend echt darstellen, können unter Art. 50 Abs. 4 fallen – insbesondere, wenn sie einen falschen Eindruck vom tatsächlichen Produkt erwecken. Zusätzlich sind wettbewerbsrechtliche Irreführungsrisiken (§§ 5, 5a UWG) zu prüfen.

KI-Models oder virtuelle Testimonials, die wie reale Personen aussehen, sind regelmäßig kennzeichnungspflichtig, auch wenn die Person frei erfunden ist. Bei Ähnlichkeit zu realen Personen (Stimme/Gesicht/Lookalike) treten häufig Persönlichkeitsrechte hinzu (z. B. Recht an der eigenen Stimme).

e) KI-Stimmen (Voice-Cloning)

Ja, synthetische oder geklonte Stimmen fallen unter Art. 50 Abs. 4. Bei reinen Audioinhalten ersetzt ein hörbarer Hinweis die visuelle Kennzeichnung, typischerweise als gesprochener Disclaimer zu Beginn (spätestens, wenn der Inhalt erstmals wahrgenommen wird). Beispiel: „Dieser Beitrag enthält eine KI-generierte Stimme.“

f) KI-Videos und Live-Deepfakes (Livestreams)

KI-generierte oder KI-manipulierte Videos benötigen eine sichtbare Kennzeichnung (z. B. eingebettetes Icon/Einblendung). Nach dem Code of Practice ist das Label unmittelbar in den Inhalt einzubetten (z. B. obere rechte Ecke). Bei Videos soll die Kennzeichnung zu **Beginn** sowie nach **Unterbrechungen** (z. B. Werbung) wiederholt werden. Bei Echtzeit-Deepfakes (Livestreams) ist ein **dauerhaft sichtbares** Icon einzubinden.

g) KI-Übersetzung / Lipsync eines echten Videos

Ein per KI übersetztes und lippensynchronisiertes Originalvideo ist ein KI-veränderter Videoinhalt. Nicht jeder Übersetzungs- oder Lipsync-Vorgang ist automatisch kennzeichnungspflichtig; entscheidend bleibt, ob dadurch ein Deepfake im Sinne von Art. 3 Nr. 60 KI-VO entsteht oder fortbesteht, also ob der bearbeitete Inhalt fälschlich als echt/wahrheitsgemäß erscheinen kann. Bei erhöhtem Täuschungspotenzial (z. B. geklonte Stimme, manipulative Kontextänderung) ist zu kennzeichnen.

h) KI-generierte Texte

Die Pflicht für Texte ist enger als häufig angenommen. Kennzeichnungspflichtig sind KI-erzeugte oder KI-veränderte Texte nur, wenn sie

- veröffentlicht werden,
- die Öffentlichkeit über eine Angelegenheit von **öffentlichem Interesse** informieren sollen (z. B. Gesundheit, Sicherheit, Umwelt, Politik, Justiz, Verbrauchersicherheit, wirtschaftliche/finanzielle Entwicklungen) und
- **keine** menschliche Überprüfung/redaktionelle Verantwortung für die Veröffentlichung vorliegt.

Ausnahme: Menschliche Überprüfung/redaktionelle Verantwortung

Die Pflicht entfällt also, wenn der Text einer inhaltlichen menschlichen Überprüfung oder redaktionellen Kontrolle unterzogen wurde und eine natürliche oder juristische Person die redaktionelle Verantwortung trägt. Leitlinien/FAQ betonen: Reine Formalkontrolle (Rechtschreibung/Grammatik/„sprachlicher Schliff“) genügt nicht; erforderlich ist eine inhaltliche Prüfung durch fachkundige Personen mit realer Entscheidungs- und Freigabekompetenz.

i) Kunst, Satire und Fiktion

Für Deepfakes, die Teil offensichtlich künstlerischer, kreativer, satirischer oder fiktionaler Werke sind, beschränkt sich die Pflicht auf eine Offenlegung „in geeigneter Weise, ohne die Darstellung oder den Genuss des Werks zu beeinträchtigen“ (kontextuelle Offenlegung). Ausschließlich informierende oder werbliche Inhalte fallen in der Regel nicht unter diese erleichterte Platzierung. Die Information muss dennoch klar, wahrnehmbar und spätestens bei erster Wahrnehmung verfügbar sein (Art. 50 Abs. 5).



j) Form, Ort und Zeitpunkt der Kennzeichnung

- Kein „versteckter“ Hinweis: Allgemeine Hinweise in AGB, Datenschutzerklärung, Impressum oder URL genügen nicht. Auch ein Hinweis nur in Bildunterschrift/Caption ist regelmäßig unzureichend, wenn das Label nach Kodex/Leitlinien in den Inhalt einzubetten ist.
- Einbettung in den Inhalt: Bei digitalen Bildern/Videos Label sichtbar im Inhalt. Plattformlabels (z. B. „AI“/„Synthetic“) können ergänzen, ersetzen die eigene Pflicht aber nicht zuverlässig.
- Zeitpunkt: Spätestens zum Zeitpunkt der ersten Wahrnehmung/Interaktion (Art. 50 Abs. 5). Video: zu Beginn und nach Unterbrechungen; Livestream: dauerhaft; Audio: hörbarer Hinweis am Anfang.
- Barrierefreiheit: Kennzeichnung muss barrierefrei und unterscheidbar sein (Abs. 5).

k) Fristen und Bestandsschutz

Eine rückwirkende Kennzeichnungspflicht besteht nicht: Inhalte, die vor dem 2. August 2026 erzeugt und bereits bereitgestellt wurden, müssen nicht nachträglich gekennzeichnet werden. Das bloße Online-Lassen, Teilen oder Bewerben eines vor dem Stichtag erzeugten Inhalts löst keine Pflicht aus. Wird ein Altinhalt nach dem Stichtag erneut mit KI bearbeitet, ist er wie ein neuer Inhalt zu behandeln.

l) Nachweise, Sanktionen und Zuständigkeiten (Hintergrund für Recht & Compliance)

- **Code of Practice** (Unterzeichnung): Die Unterzeichnung ist freiwillig. Unterzeichner können sich auf die Kodex-Maßnahmen stützen, um die Umsetzung der Offenlegungspflichten einheitlicher darzulegen. Eine Konformitätsvermutung oder ein abschließender Nachweis entsteht dadurch nicht.
- **Interne Prozesse und Nachweise**: Der Kodex verlangt insbesondere Bestandsaufnahme, interne Compliance-Dokumentation, Awareness/Schulung, Review-Mechanismen bei Fehlkennzeichnungen und Kooperationsbereitschaft gegenüber Behörden. Bei der Textausnahme ist die redaktionelle Verantwortung nachvollziehbar zu dokumentieren.
- **Sanktionen**: Verstöße gegen Art. 50 können nach Art. 99 Abs. 4 lit. g KI-VO mit **Geldbußen bis zu 15 Mio. EUR** oder bis zu 3 % des weltweiten Jahresumsatzes des vorangegangenen Geschäftsjahres geahndet werden (bei Unternehmen jeweils der höhere Wert). Für KMU/Start-ups gilt nach Art. 99 Abs. 6 abweichend der jeweils niedrigere Wert: Art. 99 Abs. 1 verlangt zudem Berücksichtigung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit.
- **Zuständigkeit** in Deutschland: Der nationale Vollzug erfolgt u. a. nach dem KI-Marktüberwachungs- und Innovationsförderungsgesetz (KI-MIG). Die Bundesnetzagentur ist zentrale Anlauf- und Koordinierungsstelle. Je nach Sachbereich können spezialgesetzliche Zuständigkeiten (z.B. BaFin; Fachaufsichten in Produktbereichen; Landesmedienanstalten) einschlägig sein. Datenschutzaufsichten und Bundeskartellamt bleiben unberührt. Zusätzlich bestehen wettbewerbsrechtliche Risiken (§§ 5, 5a UWG → Abmahnung?) und ggf. Persönlichkeitsrechte/KUG bei realen Personen.

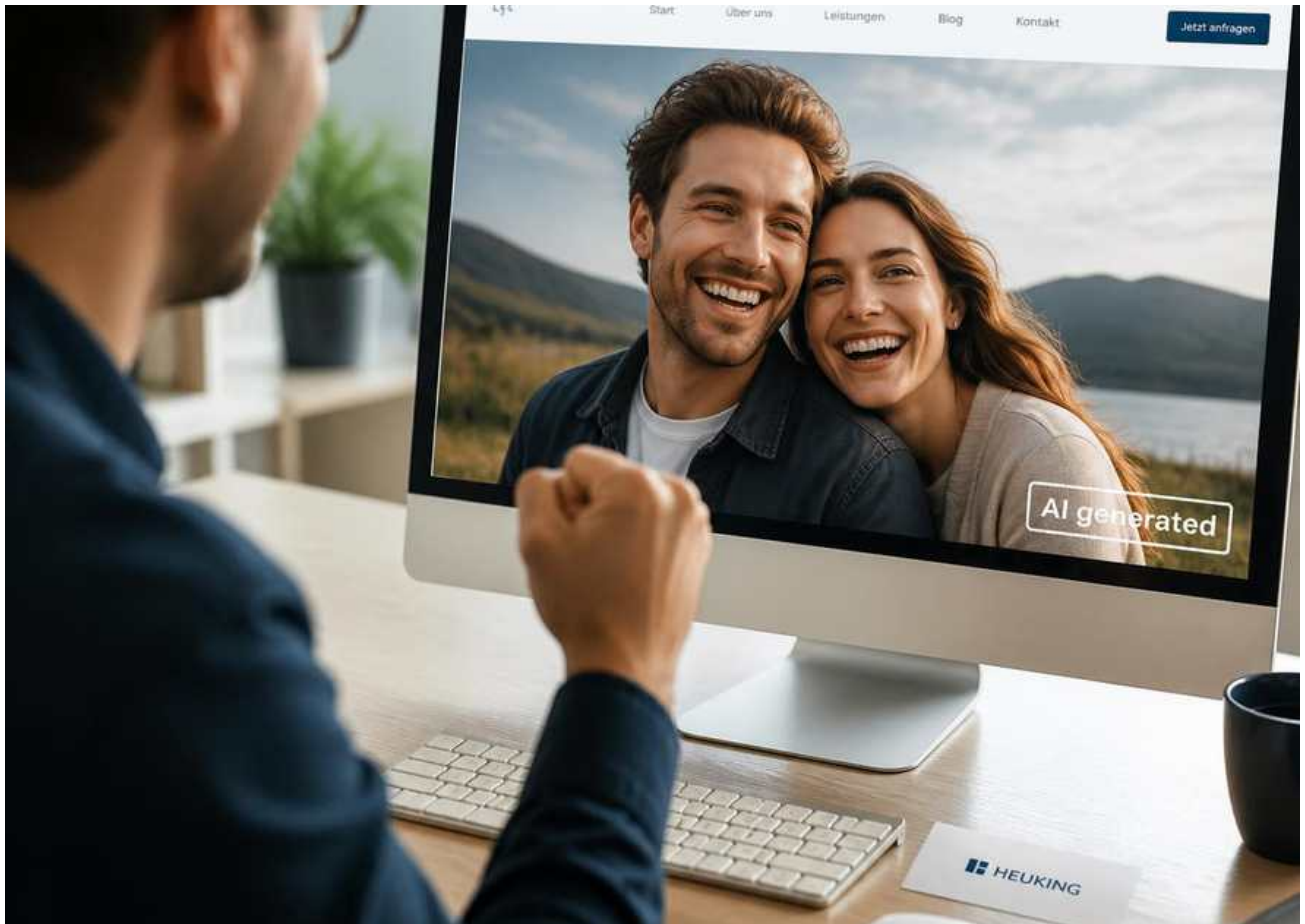
m) Emotionserkennung und biometrische Kategorisierung (Art. 50 Abs. 3)

Betreiber von Emotionserkennungssystemen oder Systemen zur biometrischen Kategorisierung müssen die betroffenen Personen über den Betrieb des Systems informieren und personenbezogene Daten im Einklang mit der DSGVO verarbeiten. Für Marketing und Vertrieb ist dies nur ausnahmsweise relevant (z. B. biometrische Emotionsanalyse in Kundeninteraktionen, Werbedisplays mit biometrischer Zielgruppensegmentierung, biometriebasierte Sentiment-Analysen). Reine Text- oder Stimmungsanalysen ohne biometrische Daten fallen nicht unter Art. 50 Abs. 3, können aber datenschutzrechtlich relevant bleiben.

Die Information muss klar, unterscheidbar und barrierefrei sein und spätestens zum Zeitpunkt der ersten Interaktion/Wahrnehmung vorliegen (Art. 50 Abs. 5). In der Praxis empfiehlt sich ein deutlich sichtbarer Hinweis am Ort der Erfassung, kombiniert mit den datenschutzrechtlichen Informationspflichten. Soweit biometrische Daten verarbeitet werden, kann Art. 9 DSGVO einschlägig sein. Vor jeder Nutzung ist zudem zu prüfen, ob das System nach Art. 5 KI-VO verboten ist (u. a. Emotionserkennung am Arbeitsplatz und in Bildungseinrichtungen grundsätzlich verboten, mit engen Ausnahmen; zudem Verbote bestimmter biometrischer Kategorisierungen sensibler Merkmale).

7. Checkliste vor der Veröffentlichung

- ☐ Ist festgehalten, welches KI-Werkzeug für welchen Inhalt eingesetzt wurde?
- ☐ Ist entschieden und nachvollziehbar dokumentiert, ob eine Kennzeichnung erforderlich ist (inkl. Begründung: Deepfake-Kriterien bzw. Textausnahme)?
- ☐ Ist das Label bei digitalen Bild- und Videoinhalten im Inhalt selbst platziert und auf jedem genutzten Kanal sichtbar bzw. hörbar?
- ☐ Bei Videos: Hinweis zu Beginn und nach Unterbrechungen; bei Livestreams dauerhaft eingeblendet?
- ☐ Bei Audio: Hörbarer Hinweis am Anfang (spätestens bei erster Wahrnehmung)?
- ☐ Bei Texten zu Themen von öffentlichem Interesse: Liegt eine dokumentierte inhaltliche Prüfung durch eine verantwortliche Person (redaktionelle Verantwortung) vor?
- ☐ Bei Agenturproduktionen: Sind Zuständigkeiten/Kennzeichnungspflichten vertraglich geregelt und praktisch umgesetzt?
- ☐ Bei Abbildern oder Stimmen realer Personen: Liegen erforderliche Einwilligungen/Lizenzen vor (Persönlichkeitsrechte/KUG)?
- ☐ Bestehen Zweifel: Rücksprache mit der Rechtsabteilung vor Veröffentlichung.



8. Fazit und Ausblick

- Art. 50 Abs. 4 KI-VO verlangt keine Kennzeichnung jedes KI-gestützten Inhalts, sondern eine **Einzelfallprüfung**. Zu kennzeichnen sind vor allem Deepfakes – also Inhalte, die einen täuschend echten Eindruck von Personen, Gegenständen, Orten oder Ereignissen vermitteln können – unabhängig davon, ob das Dargestellte tatsächlich existiert und ob eine Täuschung beabsichtigt war. Die Kennzeichnung muss **klar, eindeutig und unmittelbar wahrnehmbar** sein und bei digitalen Bild- und Videoinhalten grundsätzlich im Inhalt selbst erfolgen; allgemeine Hinweise zum KI-Einsatz genügen nicht.
- **Keine Pflicht** besteht typischerweise für bloße Standardbearbeitungen, für offensichtlich unrealistische Darstellungen ohne Täuschungseignung sowie für rein interne Anwendungsfälle. Bei Emotionserkennung und biometrischer Kategorisierung bestehen hingegen eigene Informationspflichten und es sind zusätzlich Verbote nach Art. 5 KI-VO sowie Datenschutzanforderungen zu prüfen.
- Organisatorisch sind insbesondere **einheitliche Kennzeichnungsstandards**, dokumentierte Freigabe- und Review-Prozesse, klare vertragliche Zuständigkeiten gegenüber Agenturen sowie eine nachvollziehbare Dokumentation von KI-Einsatz und Kennzeichnungsentscheidungen empfehlenswert (z. B. KI-Register/Protokoll).
- Rechtsunsicherheiten bleiben, da Leitlinien, Kodex und FAQ nicht rechtsverbindlich sind. Gleichwohl sind sie ein zentraler Maßstab für eine risikoadäquate Umsetzung. Der Leitfaden sollte fortgeschrieben werden, sobald die Kommission ihre Instrumente aktualisiert oder erste Aufsichts- bzw. Gerichtsentscheidungen zur Anwendung von Art. 50 KI-VO vorliegen.

Hier finden Sie weitere Infos zum EU-Digitalrecht.

Jeweils Anklicken zum Öffnen 

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ RECHTSKONFORM UMSETZEN

KI-VO

KI | Rechtssicher umgesetzt.
Risiken | Souverän gemanagt.
Lösungen | Mandantenorientiert entwickelt.

DATA ACT RECHTSKONFORM UMSETZEN

DATA ACT

Data Act | Rechtssicher integriert.
Datenrisiken | Strategisch beherrscht.
Lösungen | Mandantenfokussiert gestaltet.

EUROPEAN HEALTH DATA SPACE RECHTSKONFORM UMSETZEN

EHDS

EHDS | Rechtskonform verankert.
Datenräume | Strategisch vernetzt.
Zugänge | Patientenzentriert gedacht.

BARRIEREFREIHEIT RECHTSKONFORM UMSETZEN

BFSG

Barrierefreiheit | Gesetzeskonform integriert.
Zugänglichkeit | Nutzerorientiert verbessert.
Umsetzung | Mandantenorientiert gestaltet.

DIGITAL IDENTITY WALLET RECHTSKONFORM UMSETZEN

eIDAS

eIDAS-2-Konformität | Verlässlich integriert.
Digitale Identität | Sicher bereitgestellt.
Vertrauensdienste | Nutzerzentriert gestaltet.

NIS-2 RECHTSKONFORM UMSETZEN

NIS-2

NIS-2-Konformität | Strukturiert verankert.
Cyber Risiken | Frühzeitig erkannt.
Compliance | Mandantenorientiert gestaltet.

CYBER RESILIENCE ACT RECHTSKONFORM UMSETZEN

CRA

Cybersecurity | Gesetzeskonform integriert.
Schwachstellen | Proaktiv abgesichert.
Compliance | Mandantenorientiert gestaltet.

DIGITAL OPERATIONAL RESILIENCE ACT RECHTSKONFORM UMSETZEN

DORA

DORA-Resilienz | Gesetzeskonform integriert.
Cyber Risiken | Proaktiv beherrscht.
Strategien | Mandantenorientiert gestaltet.

WORKSHOP Fahrplan zum neuen EU-DIGITALRECHT

AI Act | Data Act | EHDS | Data Governance Act
BFSG | E-Evidence Act | Digital Services Act | eIDAS
PHRL | NIS-2 | Digital Operational Resilience Act
Cyber Resilience Act | Digital Fairness Act | DNA u.a.

Vertrauen Sie auf unsere Expertise –
als starker Partner für rechtssichere
und praxisnahe Lösungen rund um das
Thema Künstliche Intelligenz.

Die Sozietät



450+
Anwälte,
Steuerberater,
Notare



8
Standorte



98
Partnerkanzleien
weltweit

JUVE 100 BERUFSTRÄGERZAHL

Rang / Rang Vorjahr / Name	Berufsträger (2022/2023)	Veränderung
1 C&B Rechtsanwälte	596,0	+ 2,8%
2 Freshfields Bruckhaus Deringer	585,5	+ 0,5%
3 Taylor Wessing	432,2	+ 2,2%
4 Noerr	396,4	+ 2,4%
5 Hogan Lovells	394,2	+ 0,8%
6 Heuking Kühn Lüer Wojtek	384,4	+ 0,8%
7 Luther	361,0	- 1,4%
8 Rüdiger & Partner	352,0	+ 47,2%
9 Pösch-Götsche Schauburg	347,2	+ 5,5%
10 Hengeler Mueller	322,0	+ 0,6%
11 Gleits Lutz	315,1	+ 6,8%
12 KPMG Law	303,0	+ 6,2%
13 Görg	282,1	+ 8,6%
14 Linklaters	270,0	- 1,0%
15 EY Law		

Ausgezeichnet



20 von 450: HEUKING Experten für Digitalrecht



Standort Hamburg

Ihre Ansprechpartner in Hamburg



Dr. Hans Markus Wulf
Rechtsanwalt
Fachanwalt für IT-Recht
ISO/IEC 27001 Auditor (TÜV)
CIPP/E, Datenschutzauditor (TÜV)

m.wulf@heuking.de



Theresa Bardenhewer LL.M.
Rechtsanwältin

t.bardenhewer@heuking.de

Berlin
Chemnitz
Düsseldorf
Frankfurt
Hamburg
Köln
München
Stuttgart



Standort Hamburg
Neuer Wall 63
20354 Hamburg
040/355280-0
heuking.de