



## ZAW-Handreichung zur Umsetzung der Transparenzvorgaben des Artikels 50 Absatz 4 und 5 der KI-Verordnung

Stand 16. Juni 2026

*Dieses Dokument ist auf Grundlage des bisherigen Stands des Code of Practice sowie dem Entwurf der entsprechenden Leitlinien entstanden. Die Handreichung kann keine juristische Beratung im Einzelfall ersetzen, soll aber eine Hilfestellung geben, wie die Vorgaben der Artikel 50 Abs. 4 und 5 KI-VO umgesetzt werden.*

## WORUM GEHT ES?

Ab dem 2. August 2026 muss nach Art. 50 Abs. 4 und 5 der KI-Verordnung (KI-VO) der Einsatz von künstlicher Intelligenz bei Veröffentlichungen im nicht-privaten Kontext gekennzeichnet werden. Dies gilt für ab dem 2. August 2026 veröffentlichte Werbemaßnahmen. Eine Nachkennzeichnung bereits veröffentlichter Werbemaßnahmen ist nicht erforderlich. Werden Werbemaßnahmen, die kennzeichnungspflichtig sind, nach dem 2. August 2026 erneut veröffentlicht, fallen sie unter die Kennzeichnungspflicht.

Diese Handreichung soll den Unternehmen der Werbewirtschaft eine Hilfestellung geben, wie die Vorgaben des Artikel 50 Abs. 4 und 5 KI-VO umgesetzt werden. Die Auslegung der KI-VO erfolgt im Lichte des nicht verpflichtenden Code of Practice (CoP), der von einer Expertengruppe unter dem Dach des AI-Offices der EU-Kommission erarbeitet wurde sowie den aktuell erst im Entwurf vorliegenden Leitlinien des AI-Offices zu den Transparenzvorgaben. Sollten mit den finalen Veröffentlichungen der Leitlinien andere Auslegungen ergeben, wird diese Handreichung überarbeitet.

## WELCHE WERBEMAßNAHMEN SIND BETROFFEN?

Betroffen sind **Werbemittel**:

- Die Transparenzpflicht betrifft Visuals, Audio- und audiovisuelle Werbespots.
- KI generierter Text ist nur betroffen, wenn sie veröffentlicht werden, um die Allgemeinheit über Inhalte von öffentlicher Bedeutung zu informieren. Werbliche Texte dürften bereits deshalb hier nicht darunterfallen. Zudem muss selbst bei entsprechenden Texten nicht gekennzeichnet werden, wenn eine redaktionelle oder menschliche Überprüfung der Texte vor Veröffentlichung erfolgt. Dies dürfte bei veröffentlichten Werbemaßnahmen immer der Fall sein.

Die vorliegende Handreichung bezieht sich deshalb auf Visuals, Spots und Audiospots.

## WELCHER EINSATZ VON KI MUSS GEKENNZEICHNET WERDEN?

- Gekennzeichnet werden müssen sogenannte Deep Fakes (Definition Art. 3 Nr. 60 KI-VO). Deshalb müssen alle durch KI erzeugte oder manipulierte Bild-, Ton- oder Videoinhalte, die wirklichen Personen, Gegenständen, Orten, Einrichtungen oder Ereignissen ähneln und eine Person fälschlicherweise als echt oder wahrheitsgemäß erscheinen lassen, gekennzeichnet werden.
- Zudem sollten alle Darstellungen von Personen, Gegenständen, Orten, Einrichtungen oder Ereignissen, die für den Betrachter oder Hörer eine reale Darstellung sein könnten, gekennzeichnet werden, auch wenn das Gezeigte keiner echten Person oder echtem Ort, etc. gleicht aber ein echter Ort oder eine echte Person sein könnte. Dieses Verständnis ergibt sich aus dem Ende Mai veröffentlichten Entwurf der Leitlinien der Europäischen Kommission zur Erläuterung der Transparenzpflicht des Art. 50 Abs. 4 KI-VO.
- Offensichtlich fiktionale Darstellungen wie Comicfiguren, sprechende Tiere, Fabelwesen, Sciencefiction Szenarien oder ähnliches müssen nicht gekennzeichnet werden, weil der Betrachter hier auch ohne Kennzeichnung erkennt, die Werbemaßnahme wurde mit KI erstellt.
- Rein unterstützende Nutzung von KI wie das Editieren von Bildhintergründen, Licht- oder Lautstärkeadaptierung, Unterdrückung von unwesentlichen Hintergrundgeräuschen mittels Software, die von KI unterstützt wird, muss nicht gekennzeichnet werden, wenn hierdurch keine relevante Täuschung der Betrachter oder Hörer erfolgt.

## WIE MUSS GEKENNZEICHNET WERDEN?

Die Kennzeichnung der KI-Nutzung muss nach Art. 50 Abs. 5 KI-VO in „klarer und eindeutiger Weise“ erfolgen, das bedeutet:

- Bei automatisierten Ausspielungen in unterschiedlichen Formaten muss die Kennzeichnung in allen Formaten für die Betrachter beim ersten Kontakt sichtbar sein.
- Beim ersten Kontakt mit der Werbemaßnahme muss die Kennzeichnung für den Betrachter bzw. Hörer erkennbar sein, also am Anfang eines Spots und beim ersten Blick auf ein Visual. Die Kennzeichnung muss deshalb beispielsweise mit digitalen Visuals mitwandern, weil sie für jeden Betrachter erkennbar sein muss.
- Bei Audiospots muss die Kennzeichnung akustisch zu Beginn des Spots erfolgen.

## WIE MUSS GEKENNZEICHNET WERDEN? (FORTSETZUNG)

Die Kennzeichnung kann mit den Buchstaben „AI“ oder „KI“ aber auch anderen für den Betrachter bzw. Hörer erkennbarer Benennung von KI-Nutzung erfolgen.

Weitergehende Information, beispielsweise welcher Bestandteil mit KI-Unterstützung generiert wurde, sind möglich aber nicht verpflichtend.

Konkretisierende Informationen können in einem Second Layer, über einen QR-Code oder ähnliches gegeben werden, eine Verpflichtung hierzu lässt sich aus Art. 50 Abs. 5 KI-VO nicht ableiten.

Das von der EU-Kommission zur freiwilligen Nutzung zur Verfügung gestellte Icon kann zur Kennzeichnung oder als Vorlage für ein eigenes Icon genutzt werden. Es ist unter <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/eu-icons-labelling-ai-generated-content> abrufbar.



## WER IST VERANTWORTLICH?

Die Kennzeichnungspflicht betrifft die/den „Betreiber“, also Unternehmen, die KI verwenden um eine Werbemaßnahme zu erstellen und diese dann veröffentlicht ( bzw. veröffentlichen lässt).

## WAS PASSIERT BEI VERSTÖßEN?

- Nach dem KI-Marktüberwachungsgesetz-Entwurf (KI-MG-E), das am 11. Juni 2026 vom Bundestag verabschiedet wurde, sollen die Landesmedienanstalten die Marktüberwachung übernehmen, wenn in Werbemaßnahmen KI eingesetzt wird. Sie können bei Verstößen Bußgeldverfahren nach Art. 16 Abs. 1 KI-MG-E in Verbindung mit § 30 Abs. 3 OWiG und Art. 99 Abs. 4g KI-VO einleiten. Die Höhe der Bußgelder kann bis 15.000.000 Euro betragen oder 3 Prozent des gesamten weltweiten Jahresumsatzes des zuwiderhandelnden Unternehmens.
- Auch klagebefugte Verbände oder Wettbewerber können einen Verstoß gegen Art. 50 Abs. 4 und 5 KI-VO nach § 3a UWG abmahnen und auf Unterlassung klagen.