

Der EU AI Act ist ein Gesetz der Europäischen Union, das den Einsatz von Künstlicher Intelligenz erstmals umfassend reguliert. Er stuft KI-Systeme nach ihrem Risiko ein und legt je nach Kategorie klare Vorgaben, Transparenzpflichten oder Verbote fest. Ziel ist es, Innovation zu ermöglichen und gleichzeitig Sicherheit, Verbraucherschutz und Grundrechte zu sichern. WOXOW übernimmt hier keine rechtliche Beratungsfunktion!

Achtung: die meisten zentralen Regeln gelten ab August 2026 vollständig!

01. EINORDNUNG: BETRIFFT UNS DER EU AI ACT?



- Prüft, ob ihr KI-Systeme im Marketing nutzt: z.B. ChatGPT/Gemini für Texte, Bild-/Video-Generatoren, Chatbots im Kundenservice, Recommendation Engines, Lead-Scoring.
- Klärt, ob ihr „Anbieter“ (ihr bringt eigene KI-Systeme auf den Markt) oder „Nutzer/Betreiber“ (ihr verwendet fremde KI-Tools) seid – davon hängen Pflichtenumfang und Dokumentationspflicht ab.
- Stellt sicher, dass eure KI-Einsätze grundsätzlich nicht in verbotene Praktiken fallen (z.B. Social Scoring, Emotion Recognition am Arbeitsplatz, heimliches Scraping für Gesichtserkennung etc.).

Beispiel: Ein klassischer Midjourney-Header für euren Blog ist typischerweise „begrenztes Risiko“, ein System zur Emotionserkennung in Zoom-Calls kann in Richtung „unzulässiges“ oder sehr hohes Risiko gehen.

02. KI-USE-CASES IM MARKETING INVENTARISIEREN



- Erstellt ein zentrales Register aller Marketing-Use-Cases mit KI-Bezug (Text, Bild, Video, Audio, Chatbots, Personalisierung, Scoring, Analytics).
- Haltet je Use Case fest: Tool/Modell, Zweck, Datenarten (personenbezogen/nicht personenbezogen, sensibel oder nicht), betroffene Kanäle (Website, Newsletter, Social, Ads, Sales-Material).
- Ordnet den groben Risiko-Level zu:
 - Minimales Risiko (z.B. reine interne Textideen, einfache Produktbeschreibung ohne Personenbezug).
 - Begrenztes Risiko (z.B. KI-Chatbots im Kundenservice, generative Bilder/Videos für Kampagnen).
 - Höheres Risiko (z.B. KI-Scoring mit Personenbezug, automatisierte Ablehnung von Anfragen).

03. TRANSPARENZ- & KENNZEICHNUNGSPFLICHTEN FÜR CONTENT



- Stellt sicher, dass Nutzer klar erkennen, wenn sie mit einem KI-Chatbot interagieren (z.B. Label „KI-Assistent“ + kurzer Hinweistext im Chat-Widget). Artikel 50 verlangt diese Transparenz ab 2026 ausdrücklich.

- Entwickelt ein Labeling-Konzept für KI-generierte Medien (Bilder, Videos, Audio), insbesondere wenn diese realen Personen, Orten oder Ereignissen täuschend ähnlich sehen können („Deepfakes“) – diese müssen klar als künstlich erzeugt gekennzeichnet werden.
- Unterscheidet im Konzept:
 - Pflichtlabel (Deepfakes, realitätsnahe synthetische Medien).
 - Empfehlungslabel (z.B. „mit KI unterstützt erstellt“) bei Standard-Marketingtexten, wenn ihr auf Nummer sicher gehen wollt – rechtlich ist Text i.d.R. weniger streng, aber das kann Vertrauen fördern.

Beispiel: Unter einem KI-generierten Kampagnenvideo: „Dieses Video wurde mit Hilfe von KI erstellt“ + im Impressum/AI-Informationen eine ausführlichere Erläuterung des Umgangs mit KI.

04. GOVERNANCE & PROZESSE BIS FRÜHJAHR/SOMMER 2026 AUFSETZEN



- Legt interne Governance fest: Wer verantwortet KI im Marketing (z.B. „AI Lead Marketing“), wer entscheidet über Freigaben, wer arbeitet mit Legal/Datenschutz zusammen.
- Definiert Freigabeprozesse für KI-Content: Technische Erstellung, fachliche Prüfung (Fakten, Bias, Tonalität), rechtliche/Brand-Freigabe und Kennzeichnungskontrolle.
- Etabliert Beschwerde- und Korrekturwege: Wie können Nutzer sich beschweren, wenn KI-Content irreführend oder diskriminierend ist, und wie reagiert ihr (Korrektur, Rückruf, Statement)?

05. DOKUMENTATION & NACHVOLLZIEHBARKEIT



- Führt ein zentrales „AI-Logbuch“ für Marketing: verwendete Tools, Zwecke, wichtigsten Prompts/Workflows, verantwortliche Personen, Freigaben und wesentliche Änderungen.
- Dokumentiert für relevante Kampagnen: welche KI-Modelle, welche Trainingsdatenquellen (soweit bekannt), ob und wie personenbezogene Daten einfließen, welche Kontrollen auf Bias/Fairness stattgefunden haben.
- Archiviert (revisionssicher) kritische Inhalte, Prompts und generierte Dateien insbesondere bei sensiblen Themen (Politik, Gesundheit, Finanzen, vulnerable Gruppen).

06. DATEN- & DATENSCHUTZ-ASPEKTE IM MARKETING



- Prüft für alle KI-gestützten Marketing-Prozesse die DSGVO-Konformität: Rechtsgrundlage, Informationspflichten, Drittlandtransfers, Auftragsverarbeitungsverträge, Löschkonzepte – der AI Act kommt „on top“ zur DSGVO, ersetzt sie nicht.

- Bewertet, ob euer KI-gestütztes Tracking/Scoring (z.B. Lead-Scoring, Verhaltensanalyse zur Kampagnenoptimierung) Personenprofiling darstellt und welche zusätzlichen Schutzmaßnahmen nötig sind.
- Minimiere Datensätze: Verwendet nur die Daten, die ihr wirklich braucht (Data Minimization), besonders bei personalisierter Werbung und Empfehlungssystemen.

07. QUALITÄT, FAIRNESS & BIAS IM MARKETING-CONTENT



- Legt Qualitätsstandards fest: Faktencheck, Quellenprüfung, Vermeidung diskriminierender Stereotype, Markenkonsistenz für alle KI-generierten Inhalte.
- Führt Stichprobenprüfungen ein (Red-Flag Review) für sensible Themen und Zielgruppen, um systematische Verzerrungen (z.B. gender, ethnicity) zu erkennen und gegenzusteuern.
- Nutzt, wenn möglich, Konfigurationen oder Filter der genutzten KI-Tools, um Hate Speech, Diskriminierung und rechtswidrige Inhalte bereits beim Prompting zu begrenzen.

08. SCHULUNG & KI-KOMPETENZ IM MARKETING



- Setzt ein Schulungsprogramm auf, um die im EU AI Act geforderte „ausreichende KI-Kompetenz“ für alle, die mit KI-Systemen arbeiten, nachweisbar zu machen (Artikel 4 seit 2025).
- Inhalte der Schulungen:
 - Funktionsweise und Grenzen generativer KI.
 - Überblick EU AI Act + DSGVO-Schnittmenge.
 - Praktische Do's & Don'ts im Marketing (Prompts, Fact-Checking, Kennzeichnung, Umgang mit sensiblen Daten).
- Dokumentiert Teilnahme, Lernziele und regelmäßige Updates, um im Auditfall zeigen zu können, dass ihr die Kompetenzpflicht ernst nimmt.

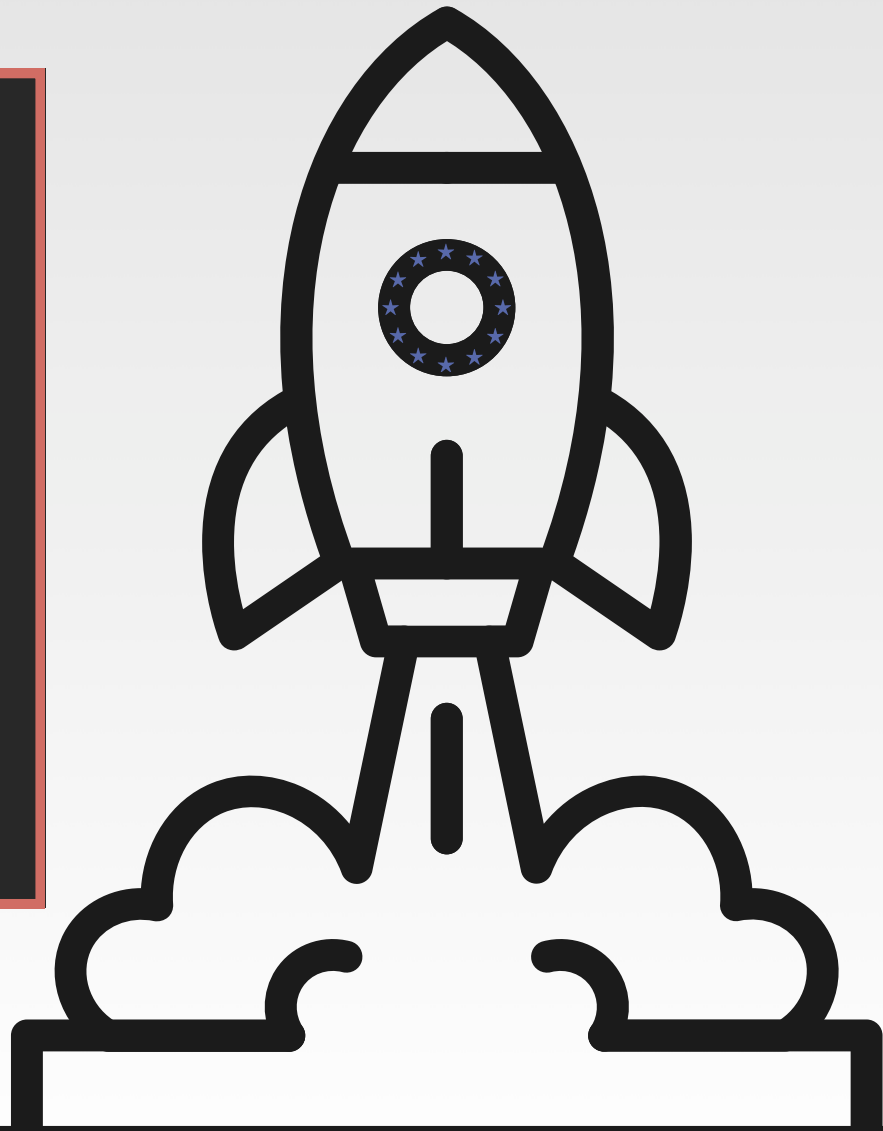
09. TECHNISCHE & ORGANISATORISCHE MASSNAHMEN



- Richtet technische Labels/Banner ein (z.B. im CMS oder DAM), um KI-generierte Medien automatisch zu markieren oder zu taggen; so behaltet ihr intern den Überblick und könnt nachlabeln.
- Prüft Verträge mit Tool-Anbietern: Enthalten sie Zusicherungen zur AI-Act-Konformität, zur Datennutzung, zu Subprozessoren und zur Unterstützung bei Audits/Anfragen?
- Plant regelmäßige Reviews (z.B. halbjährlich), da der EU-Rahmen dynamisch ist und das AI Office sowie Leitlinien nachsteuern werden.

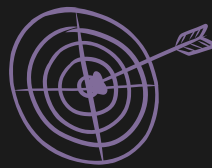
Roadmap bis Sommer 2026

– aus
Marketing-
Sicht



Bis Q2 2026:

1. Vollständige Use-Case-Inventur und Risiko-Einstufung.
2. Erste Governance-Struktur, AI-Logbuch, Basis-Schulungen.



Bis Sommer 2026:

1. Umsetzung der Transparenz- und Kennzeichnungspflichten aus Artikel 50 (Chatbots, Deepfakes, KI-Medien).
2. Etablierte Freigabeprozesse und Beschwerdewege.



Ab 2026/27:

1. Fortlaufende Anpassung an neue Leitlinien.
2. Vertiefte Maßnahmen, falls ihr in Richtung höheres Risiko (z.B. komplexe Scoring/Entscheidungssysteme) geht.