

COMPLIANCE

KI- Kennzeichnungspflicht ab 2. August 2026: Was KMU wirklich tun müssen

Welche KI-Inhalte Sie kennzeichnen müssen und welche nicht. Konkrete Prüfkriterien, Praxisbeispiele und Checkliste für den 2. August 2026.

AUTOR

Natascha Reiner

VERÖFFENTLICHT

27. Juli 2026

ONLINE LESEN

<https://wissen.strukturaflow.it.com/ki-kennzeichnungspflicht-ab-2-august-2026-was-kmu-wirklich-tun-muessen/>

Seit Wochen kursieren Zeitachsen zum EU AI Act. Was darin fehlt, ist die Frage, die Sie als Einzelunternehmerin oder Geschäftsführer eines Zehn-Personen-Betriebs tatsächlich haben: Muss ich das jetzt kennzeichnen oder nicht?

Dieser Artikel beantwortet genau das. Wenn Sie den vollständigen Fristenüberblick suchen, finden Sie ihn in unserem Beitrag zu den EU AI Act Übergangsfristen für EPU's und kleine Unternehmen. Hier geht es ausschließlich um Transparenz und Kennzeichnung.

Der aktuelle Rechtsstand: Was am 27. Juli 2026 passiert ist

Monatelang stand unter jedem Fachbeitrag der Hinweis, die Verschiebung der Hochrisiko-Pflichten sei „politisch beschlossen, aber noch nicht geltendes Recht,“. Dieser Vorbehalt ist erledigt.

Die Verordnung (EU) 2026/1744 — der sogenannte Digital Omnibus on AI — wurde am 24. Juli 2026 im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht und ist am 27. Juli 2026 in Kraft getreten. Sie ändert die KI-Verordnung (EU) 2024/1689 sowie zwei sektorale Verordnungen.

Der Verfahrensweg dorthin: Vorschlag der Kommission am 19. November 2025, politische Einigung im Trilog am 7. Mai 2026, Zustimmung des Europäischen Parlaments am 16. Juni 2026, förmliche Annahme durch den Rat am 29. Juni 2026, Unterzeichnung am 8. Juli 2026.

Wichtig für die Einordnung: Der Omnibus verschiebt einzelne Pflichtengruppen, nicht die Verordnung als Ganzes. Der allgemeine Anwendungsbeginn am 2. August 2026 ist unverändert geblieben — und mit ihm die Transparenzpflichten aus Artikel 50.

Der aktualisierte Fristkalender

DATUM	WAS GILT	RELEVANZ FÜR KLEINBETRIEBE
2. Februar 2025	Verbotene Praktiken (Art. 5), <u>KI-Kompetenz</u> (Art. 4)	Kompetenzpflicht: ja. Verbote: praktisch nie
2. August 2025	<u>GPAI</u> -Pflichten, Governance, Sanktionsrahmen	Betrifft <u>Anbieter</u> der Basismodelle
27. Juli 2026	Digital Omnibus in Kraft	Geänderter Verordnungstext ist ab hier maßgeblich
2. August 2026	Transparenzpflichten (Art. 50), volle Marktüberwachung	Der Handlungspunkt für praktisch jeden Betrieb
2. Dezember 2026	Neue Verbote in Art. 5; Übergangsfrist für Altsysteme bei Art. 50 Abs. 2	Betrifft Anbieter, nicht Sie
2. August 2027	Nationale KI-Reallabore (vorher August 2026)	Kaum
2. Dezember 2027	Hochrisiko-KI nach Anhang III (vorher August 2026)	Nur bei Recruiting-, Bonitäts- oder Bewertungs-KI
2. August 2028	Hochrisiko-KI in regulierten Produkten, <u>Anhang I</u> (vorher August 2027)	Nur bei Maschinen- und Produktbau

Die 16 Monate zusätzliche Zeit für Anhang III betreffen Systeme, die über Beschäftigung, Kreditwürdigkeit, Bildung, Versicherungsrisiken oder biometrische Identifizierung entscheiden. Das ist ein realer Aufschub — aber für den Großteil der Kleinbetriebe war dieser Bereich ohnehin nie einschlägig.

Schritt 1: Bin ich überhaupt gemeint?

Beruflich oder privat?

Die KI-Verordnung erfasst die Nutzung von KI-Systemen im beruflichen Kontext. Rein private, nicht-berufliche Nutzung fällt aus dem Anwendungsbereich.

Die Abgrenzung ist allerdings weiter, als viele annehmen: Wer aus einer Tätigkeit regelmäßig wirtschaftlichen Nutzen zieht oder gewerblich, freiberuflich oder selbstständig tätig ist, handelt beruflich. Einzelunternehmen sind damit vollständig erfasst. Auch der Content Creator, der von Kooperationen lebt, ist Betreiber im Sinne der Verordnung.

Anbieter oder Betreiber?

Diese Unterscheidung entscheidet über den Umfang Ihrer Pflichten.

Anbieter ist, wer ein KI-System entwickelt oder entwickeln lässt und es unter eigenem Namen oder eigener Marke auf den Markt bringt oder in Betrieb nimmt. OpenAI, Google, Microsoft, Adobe, Canva.

Betreiber ist, wer ein fertiges KI-System in eigener Verantwortung einsetzt. Das sind Sie, wenn Sie ChatGPT, Midjourney, Copilot oder ein KI-Feature Ihrer Website-Software nutzen. Details zur DSGVO-konformen Nutzung von ChatGPT finden Sie in unserem Leitfaden.

Zwei Klarstellungen, die in der Praxis oft übersehen werden:

Beschäftigte, die unter Ihrer Weisung mit einem KI-System arbeiten, sind keine eigenen Betreiber. Betreiber ist Ihr Unternehmen. Sie bleiben Betreiber, auch wenn Freelancer oder Auftragnehmer das System in Ihrem Auftrag bedienen. Wer allerdings ein KI-System unter eigenem Namen anbietet oder wesentlich verändert — etwa einen eigenen Assistenten baut und ihn Kunden zur Verfügung stellt — wird selbst zum Anbieter. Dann gelten die strengeren Pflichten.

Ihre Pflichten als Betreiber sind Artikel 50 Absatz 3 und Absatz 4. Alles andere in Artikel 50 richtet sich an Anbieter.

Schritt 2: Der Denkfehler, den fast alle machen

Die verbreitete Annahme lautet: KI im Spiel, also kennzeichnen.

Das ist falsch — und zwar in beide Richtungen. Es führt dazu, dass Betriebe harmlose Dinge kennzeichnen und riskante nicht.

Der eigentliche Auslöser ist Täuschungspotenzial. Die Verordnung fragt nicht, ob KI beteiligt war, sondern ob der Inhalt fälschlich für authentisch gehalten werden könnte. Genau darum sind ein KI-generiertes Comic-Bild und ein KI-generiertes Produktfoto rechtlich völlig unterschiedlich zu behandeln, obwohl beide zu hundert Prozent von derselben KI stammen.

Schritt 3: Bild, Video und Audio – die Deepfake-Prüfung

Was ein Deepfake juristisch ist

Artikel 3 Ziffer 60 der KI-Verordnung definiert Deepfakes als durch KI erzeugte oder manipulierte Bild-, Ton- oder Videoinhalte, die wirklichen Personen, Gegenständen, Orten, Einrichtungen oder Ereignissen ähneln und einer Person fälschlicherweise als echt oder wahrheitsgemäß erscheinen würden.

Die finalen Leitlinien der Europäischen Kommission vom 20. Juli 2026 zerlegen das in drei Kriterien, die kumulativ erfüllt sein müssen:

Ähnlichkeit — ein hoher Grad an Übereinstimmung zwischen dem Inhalt und dem simulierten Subjekt. Existenz — die dargestellte Person, der Gegenstand, der Ort oder das Ereignis muss etwas ähneln, das existiert, plausibel existieren könnte oder plausibel existiert haben könnte. Falscher Echtheitseindruck — der Inhalt muss geeignet sein, über seine Authentizität zu täuschen.

Punkt 2 ist der entscheidende und der am meisten unterschätzte: Das Dargestellte muss nicht real existieren. Es genügt, dass es plausibel existieren könnte.

Damit fällt ein fotorealistisch generiertes, frei erfundenes Gesicht unter die Kennzeichnungspflicht. Ein synthetisches Model, das im Onlineshop Kleidung präsentiert, ebenfalls. Die Hoffnung vieler Marketingabteilungen, die Pflicht beschränke sich auf Fälschungen realer Personen, hat sich mit den Leitlinien erledigt.

Was die Kommission ausdrücklich ausnimmt

Für die Bewertung des dritten Kriteriums dürfen der Verbreitungskontext und die Erwartungshaltung des Publikums berücksichtigt werden. Daraus folgen zwei praktische Ausnahmen:

Offensichtlich Unrealistisches. Die Kommission nennt in ihren Beispielen eine Sphinx, die mit ausgebreiteten Schwingen über den Eiffelturm fliegt, und ein Video von Mäusen, die in menschlicher Sprache über Käsesorten streiten. Wer das sieht, hält es nicht für eine echte Aufnahme. Keine Kennzeichnungspflicht.

Standardbearbeitung. Technische Anpassungen wie Licht- und Farbkorrekturen verändern die wahrgenommene Authentizität eines Fotos in der Regel nicht. Wenn Sie Ihr eigenes Produktfoto mit einem KI-Werkzeug aufhellen oder zuschneiden, entsteht keine Kennzeichnungspflicht.

Die Praxisliste

WAS SIE ERSTELLEN	KENNZEICHNEN?
Fotorealistisches Bild eines Menschen, der nicht existiert	Ja
Fotorealistisches „Foto“ eines Raums, Gebäudes oder Produkts, das es so nicht gibt	Ja
KI-generierte Stimme, die eine Ansage einspricht	Ja
Visualisierung eines geplanten Bauprojekts, die wie eine Fotografie wirkt	Ja
Illustration, Comic, Flat Design, offensichtliche Grafik	Nein
Bild mit physikalisch unmöglichem Inhalt	Nein
Eigenes Foto, KI-gestützt aufgehellt, zugeschnitten, entrauscht	Nein
Hintergrund eines eigenen Fotos KI-gestützt entfernt	In der Regel nein
Eigenes Foto, bei dem KI Personen oder Objekte hinzufügt	Ja
### Wie und wann die Offenlegung erfolgen muss	

Die Offenlegung muss spätestens bei der ersten Wahrnehmung durch die betroffene Person erfolgen, klar und unterscheidbar, ohne dass technische Hilfsmittel oder besondere Handlungen nötig wären.

Ein wichtiger Punkt aus den Leitlinien: Sie dürfen sich nicht auf die maschinenlesbare Markierung des Anbieters verlassen. Ein in den Metadaten versteckter Herkunftsnachweis erfüllt Ihre Pflicht nicht. Es braucht eine sicht- oder hörbare Kennzeichnung.

Praktisch bedeutet das:

Bild: sichtbarer Hinweis im Bild, im Bildrand oder unmittelbar in der Bildunterschrift. Nicht in der Fußzeile der Seite, nicht im Impressum. Video: dauerhaft sichtbares Symbol oder ein Hinweis zu Beginn und in regelmäßigen Abständen. Audio: bei kurzen Aufnahmen ein Hinweis am Anfang, bei längeren wiederholt.

Bewährte Formulierungen für den Alltag:

„Mit KI erstellt.“ „KI-generiertes Bild.“ „Dieses Bild wurde mit künstlicher Intelligenz erzeugt.“

Kurz, eindeutig, kein Juristendeutsch. Die Verordnung schreibt keinen bestimmten Wortlaut vor.

Die Erleichterung für Kunst, Satire und Fiktion

Ist der Inhalt Teil eines offensichtlich künstlerischen, kreativen, satirischen oder fiktionalen Werks, beschränkt sich die Pflicht auf eine Offenlegung in angemessener Weise, die die Darstellung oder den Genuss des Werks nicht beeinträchtigt. Abspann oder Metadaten reichen dann.

Achtung: Inhalte, die primär informativen oder kommerziellen Zwecken dienen, sind von dieser Erleichterung ausdrücklich ausgenommen. Ein aufwendig gestalteter Werbespot ist eine Mischform und im Einzelfall zu beurteilen. Verlassen Sie sich in der Werbung nicht auf die Kunstaussnahme.

Schritt 4: Text – die Pflicht ist viel enger als gedacht

Hier liegt die größte Entlastung, und sie geht in der öffentlichen Diskussion regelmäßig unter.

KI-generierter Text ist nur dann kennzeichnungspflichtig, wenn alle drei Voraussetzungen erfüllt sind:

Der Text wird veröffentlicht. Er dient dazu, die Öffentlichkeit zu informieren. Er betrifft eine Angelegenheit von öffentlichem Interesse.

Die Kommission zählt zu Punkt 3 unter anderem: Politik und demokratische Prozesse, öffentliche Verwaltung und Dienstleistungen, Justiz und Strafverfolgung, Grundrechte, öffentliche Sicherheit, öffentliche Gesundheit, Umweltschutz, Verbrauchersicherheit sowie wirtschaftliche, finanzielle, politische, wissenschaftliche oder kulturelle Entwicklungen, die Gegenstand öffentlicher Debatte sein können.

Was das für einen normalen Betrieb bedeutet:

TEXTART	KENNZEICH- NEN?
Angebotsschreiben, E-Mail an Kunden	Nein
Produktbeschreibung im Webshop	Nein
Website-Text über Ihre Leistungen	Nein
Social-Media-Post über Ihr eigenes Angebot	Nein
Stellenanzeige	Nein
Fachartikel über eine Gesetzesänderung, ohne inhaltliche Prüfung veröffentlicht	Ja
Ratgebertext zu Gesundheit, Umwelt oder Verbraucherrechten, ungeprüft veröffentlicht	Ja
Die Ausnahme, die fast immer greift	

Auch bei Texten zu öffentlichem Interesse entfällt die Kennzeichnung, wenn der Inhalt einer menschlichen Überprüfung oder redaktionellen Kontrolle unterzogen wurde und eine natürliche oder juristische Person die redaktionelle Verantwortung trägt.

Die Kommission definiert das streng: Gemeint ist die bewusste inhaltliche Prüfung durch eine Person mit einschlägigem Wissen und fachlichem Urteilsvermögen, beziehungsweise die tatsächlich ausgeübte Kontrolle durch eine verantwortliche redaktionelle Instanz mit der Befugnis, den Text inhaltlich zu genehmigen, zu ändern oder abzulehnen.

Ausdrücklich nicht ausreichend: oberflächliche, rein formale oder verfahrensmäßige Prüfungen. Rechtschreibkontrolle und ein flüchtiges Drüberlesen genügen nicht.

Für einen Betrieb, der Fachbeiträge veröffentlicht, ist das die entscheidende Weichenstellung: Wer den Text inhaltlich prüft, faktisch kontrolliert und mit Namen dafür geradesteht, muss nicht kennzeichnen. Wer ungeprüft publiziert, schon.

Schritt 5: Chatbots und automatisierte Kundenkommunikation

Nach Artikel 50 Absatz 1 müssen KI-Systeme, die direkt mit Menschen interagieren, so gestaltet sein, dass die betroffenen Personen erfahren, dass sie mit einer KI kommunizieren — es sei denn, das ist offensichtlich.

Die Leitlinien nennen vier kumulative Kriterien: Es muss ein KI-System sein, es muss auf einen echten wechselseitigen Austausch mit Menschen ausgelegt sein, die Interaktion muss direkt erfolgen, und sie muss mit natürlichen Personen stattfinden. Systeme, die ausschließlich im Hintergrund oder in Maschine-zu-Maschine-Kommunikation laufen, sind nicht erfasst.

Formal ist das eine Anbieterpflicht. Wenn Sie einen fertigen Chatbot einbinden, schuldet der Anbieter die entsprechende Gestaltung. Wenn Sie einen Assistenten selbst bauen oder unter Ihrem Namen anbieten, sind Sie der Anbieter.

Praktisch gilt: Setzen Sie den Hinweis, unabhängig von der Rollenfrage. Eine Zeile vor dem ersten Nachrichtenaustausch genügt.

„Sie chatten mit unserem KI-Assistenten. Für persönliche Beratung schreiben Sie an [Adresse].“

Die Ausnahme „offensichtlich“, ist nach den Leitlinien eng auszulegen, weil sie den Menschen Transparenz entzieht. Maßstab ist eine durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Person. Verlassen Sie sich nicht darauf.

Details zur Umsetzung finden Sie im Beitrag zur Transparenzpflicht für KMU-Chatbots.

Schritt 6: Emotionserkennung und biometrische Kategorisierung

Nach Artikel 50 Absatz 3 müssen Betreiber von Emotionserkennungs- oder biometrischen Kategorisierungssystemen die davon betroffenen Personen über den Betrieb informieren — unabhängig davon, ob das System in Echtzeit oder nachgelagert arbeitet.

Für die meisten Kleinbetriebe ist das nicht einschlägig. Zwei Fälle, bei denen ein zweiter Blick lohnt: Analysewerkzeuge in der Videoüberwachung mit Personenklassifizierung und Software zur Auswertung von Kundengesprächen mit Stimmungsanalyse. Beachten Sie außerdem, dass Emotionserkennung am Arbeitsplatz grundsätzlich verboten ist — das ist keine Transparenzfrage, sondern ein Verbot nach Artikel 5.

Was ausdrücklich nicht Ihre Baustelle ist

Drei Punkte, die derzeit falsch kommuniziert werden und unnötig Druck erzeugen:

Das maschinenlesbare Wasserzeichen. Artikel 50 Absatz 2 verpflichtet Anbieter von KI-Systemen, die synthetische Audio-, Bild-, Video- oder Textinhalte erzeugen, ihre Ausgaben maschinenlesbar zu markieren und erkennbar zu machen. Das ist die Pflicht von OpenAI, Google, Adobe und Canva — nicht Ihre. Sie können sie umgekehrt auch nicht erfüllen, selbst wenn Sie wollten.

Der 2. Dezember 2026. Dieses Datum ist keine Verschärfung, sondern eine Übergangsfrist: Anbieter von generativen Systemen, die bereits vor dem 2. August 2026 auf dem Markt waren, müssen die Markierungspflicht erst ab dem 2. Dezember 2026 erfüllen. Für Sie als Nutzer ändert dieses Datum nichts.

Die Hochrisiko-Pflichten. Risikomanagementsystem, technische Dokumentation, Protokollierung, menschliche Aufsicht, Konformitätsbewertung, Registrierung — all das gilt für Anhang-III-Systeme erst ab dem 2. Dezember 2027 und für Anhang-I-Systeme ab dem 2. August 2028. Wenn Sie keine Recruiting-, Bonitäts- oder Bewertungs-KI einsetzen, betrifft Sie dieser Block gar nicht.

Gilt das rückwirkend?

Nein — mit einer Feinheit, die Sie kennen sollten.

Bild, Audio und Video: Inhalte, die vor dem 2. August 2026 erzeugt wurden, müssen nicht nachträglich gekennzeichnet werden. Maßgeblich ist das Erzeugungsdatum. Die Kommission empfiehlt eine freiwillige Kennzeichnung, verlangt sie aber nicht.

Text zu öffentlichem Interesse: Hier zählt das Veröffentlichungsdatum. Ein Text, der vor dem 2. August erzeugt, aber danach publiziert wird, ist kennzeichnungspflichtig — sofern nicht die Ausnahme der redaktionellen Kontrolle greift.

Praktische Konsequenz: Wenn Sie einen Redaktionsplan mit vorproduzierten Beiträgen haben, gehen Sie den vor dem 2. August einmal durch.

Branchenbeispiele

Handwerksbetrieb, 8 Mitarbeitende. Nutzt ChatGPT für Angebotsentwürfe und interne Mails. Keine Kundeninteraktion mit KI, keine generierten Bilder. Handlungsbedarf: keiner bei der Kennzeichnung. Nur Artikel 4 dokumentieren.

Immobilienmakler. Lässt Innenräume für ein Exposé KI-gestützt möblieren oder generiert eine Visualisierung, die wie eine Fotografie aussieht. Klassischer Kennzeichnungsfall. Der Hinweis gehört direkt zum Bild im Exposé, nicht ins Kleingedruckte. Hier liegt zusätzlich ein wettbewerbs- und gewährleistungsrechtliches Risiko.

Onlineshop. Nutzt ein synthetisches Model für Produktbilder. Kennzeichnungspflichtig, weil fotorealistisch und plausibel existent. Produktbeschreibungen aus ChatGPT dagegen nicht.

Gastronomiebetrieb. Chatbot für Reservierungen, KI-generierte Illustrationen für Social Media im Comic-Stil. Chatbot: Hinweis setzen. Illustrationen: keine Pflicht.

Agentur oder Marketingdienstleister. Erstellt Inhalte für Kunden. Betreiber ist in der Regel die Agentur, wenn sie das System in eigener Verantwortung einsetzt. Klären Sie im Vertrag, wer die Kennzeichnung verantwortet, und dokumentieren Sie, was generiert wurde. Bei Auftraggebern wird das zunehmend abgefragt.

Steuerberatungs- oder Beratungskanzlei. Veröffentlicht Fachbeiträge zu Gesetzesänderungen. Das sind Angelegenheiten von öffentlichem Interesse. Lösung: eine benannte Person prüft inhaltlich und zeichnet verantwortlich. Dann entfällt die Kennzeichnung — und die Qualität steigt ohnehin.

Bußgelder – und was realistisch droht

Verstöße gegen Artikel 50 können mit bis zu 15 Millionen Euro oder 3 Prozent des weltweiten Jahresumsatzes geahndet werden, je nachdem, welcher Betrag höher ist.

Für Klein- und Mittelbetriebe gilt eine Abmilderung: Hier greift jeweils der niedrigere der beiden Beträge, und die Verhältnismäßigkeit ist zu berücksichtigen. Der Digital Omnibus hat diese Regel auf Small Mid-Caps ausgeweitet und klargestellt, dass die Mitgliedstaaten neben Geldbußen auch andere Durchsetzungsmaßnahmen vorsehen können — Verwarnungen etwa.

Die ehrliche Einschätzung: Für einen Zehn-Personen-Betrieb ist die Behördenstrafe nicht das realistische Erstrisiko. Die Marktüberwachung wird sich zunächst auf Anbieter und größere Fälle konzentrieren.

Realistischer sind zwei andere Wege:

Wettbewerbsrecht. Verstöße gegen die Transparenzpflichten können als unlauteres Marktverhalten verfolgt werden. Eine Abmahnung kommt schneller als eine Behörde. Auftraggeber und Ausschreibungen. Größere Kunden fragen Compliance-Nachweise ab. Wer nichts vorlegen kann, fällt raus — unabhängig von staatlicher Durchsetzung.

Wer das Muster kennt, erkennt es wieder: Bei NIS-2 lief es genauso. Betriebe wurden nicht von der Behörde erwischt, sondern vom Fragebogen ihres größten Auftraggebers. Wie das dort aussieht, zeigt unsere NIS-2-Checkliste für KMU in Österreich.

Zuständige Behörden in Österreich und Deutschland

Österreich: Zentrale Anlaufstelle ist die KI-Servicestelle bei der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR), eingerichtet 2024. Für NIS-2-Pflichten ist die RTR ebenfalls zentral — mehr dazu in unserem NISG-Leitfaden. Je nach Anwendungsbereich kommen sektorale Behörden hinzu — Datenschutzbehörde, FMA, BASG, Arbeitsinspektion. Die formale Behördenstruktur wird derzeit finalisiert; prüfen Sie den aktuellen Stand auf rtr.at.

Deutschland: Die Bundesnetzagentur ist als koordinierende Marktüberwachungsbehörde vorgesehen.

Der EU AI Act gilt als Verordnung unmittelbar. Ein nationales Umsetzungsgesetz ist für die Pflichten selbst nicht erforderlich — nur für Zuständigkeiten und Sanktionsverfahren.

Ihre Checkliste bis zum 2. August

1. KI-Inventar anlegen (30 bis 60 Minuten)

TOOL	WER NUTZT ES	WOFÜR	ERZEUGT ES BILD/AUDIO/VIDEO?	SEHEN KUNDEN DAS ERGEBNIS?
------	--------------	-------	------------------------------	----------------------------

Ohne diese Liste können Sie die folgenden Schritte nicht sauber machen.

2. Eine Standardkennzeichnung festlegen

Ein Satz, eine Platzierungsregel, für alle im Team gleich. Halten Sie fest, wo der Hinweis hinkommt: bei Bildern in die Bildunterschrift, bei Videos ins Overlay, bei Audio an den Anfang.

3. Den Redaktionsplan durchgehen

Vorproduzierte Beiträge prüfen, insbesondere Texte zu Fachthemen, die nach dem 2. August erscheinen.

4. Redaktionelle Verantwortung benennen

Wenn Sie Fachinhalte veröffentlichen: Wer prüft inhaltlich, wer zeichnet verantwortlich? Ein Name genügt — aber er muss real prüfen.

5. Artikel 4 dokumentieren

Der Digital Omnibus hat Artikel 4 neu gefasst. Aus der Pflicht, ein ausreichendes Maß an KI-Kompetenz sicherzustellen, wurde die Pflicht, Maßnahmen zur Förderung von KI-Kompetenz zu ergreifen. Die Verordnung stellt nun ausdrücklich klar, dass kein bestimmtes Kompetenzniveau einer einzelnen Person garantiert werden muss.

Anders als vielerorts behauptet, wurde Artikel 4 damit abgeschwächt, nicht verschärft. Richtig ist nur: Er wurde nicht gestrichen, und er gilt weiter. Ein eigener Bußgeldtatbestand war ihm nie zugeordnet.

Praktisch bedeutet das: Eine dokumentierte interne Besprechung mit Datum, Teilnehmenden und Inhalten reicht für einen Kleinbetrieb. Zertifikate sind nicht erforderlich.

Die vier häufigsten Fehler

Alles kennzeichnen. Wer jeden mit KI unterstützten Text markiert, erzeugt unnötige Skepsis beim Kunden — Studien zeigen, dass als KI-generiert gekennzeichnete Inhalte im Marketing schlechter bewertet werden — und verwässert die Kennzeichnung dort, wo sie rechtlich nötig ist.

Auf das Wasserzeichen des Anbieters verlassen. Metadaten erfüllen Ihre Offenlegungspflicht nicht. Es braucht etwas Sicht- oder Hörbares.

Die Kunstaussnahme überdehnen. Sie gilt nicht für primär kommerzielle Inhalte.

Die redaktionelle Ausnahme als Formalie behandeln. Rechtschreibprüfung reicht ausdrücklich nicht. Wer sich darauf beruft, muss inhaltlich geprüft haben.

FAQ

Muss ich KI-generierte Bilder in meiner Werbung kennzeichnen? Ja, wenn sie fotorealistisch sind und als echte Aufnahme durchgehen könnten — auch dann, wenn die dargestellte Person oder das Objekt nicht existiert. Illustrationen, Comics und offensichtlich unrealistische Darstellungen müssen Sie nicht kennzeichnen.

Muss ich kennzeichnen, wenn ChatGPT meinen Website-Text geschrieben hat? Nein. Die Textpflicht greift nur bei Veröffentlichungen, die die Öffentlichkeit über Angelegenheiten von öffentlichem Interesse informieren. Werbe- und Angebotstexte fallen nicht darunter.

Gilt die Pflicht auch für Einzelunternehmen ohne Mitarbeitende? Ja. Maßgeblich ist die berufliche Nutzung, nicht die Betriebsgröße. Bei den Sanktionen wird die Größe berücksichtigt, bei der Pflicht selbst nicht.

Was ist mit meinen privaten Social-Media-Accounts? Rein private, nicht-berufliche Nutzung fällt aus dem Anwendungsbereich. Sobald Sie daraus regelmäßig wirtschaftlichen Nutzen ziehen, gilt es als beruflich.

Muss ich alte Beiträge nachträglich kennzeichnen? Bei Bild, Audio und Video nein — maßgeblich ist das Erzeugungsdatum. Bei Texten zu öffentlichem Interesse zählt das Veröffentlichungsdatum.

Reicht ein Hinweis im Impressum? Nein. Die Offenlegung muss spätestens bei der ersten Wahrnehmung des Inhalts erfolgen, klar und unterscheidbar. Ein Sammelhinweis im Impressum erfüllt das nicht.

Wie muss die Kennzeichnung formuliert sein? Die Verordnung schreibt keinen Wortlaut vor. „Mit KI erstellt“ genügt, solange der Hinweis dort steht, wo der Inhalt wahrgenommen wird.

Betrifft mich der Digital Omnibus überhaupt? Indirekt. Er verschiebt die Hochrisiko-Pflichten und lockert Artikel 4 — die Transparenzpflichten ab 2. August 2026 hat er nicht angetastet.

Wer haftet, wenn meine Agentur die Kennzeichnung vergisst? Betreiber ist, wer das System in eigener Verantwortung einsetzt. Das kann die Agentur sein. Regeln Sie es vertraglich und lassen Sie sich dokumentieren, was generiert wurde.

Was passiert am 2. August konkret? Artikel 50 wird anwendbar, und die Durchsetzungsbefugnisse der Marktüberwachungsbehörden werden operativ. Eine Schonfrist gibt es nur für Anbieter von Altsystemen bei der maschinenlesbaren Markierung, bis 2. Dezember 2026.

Nächste Schritte

Für die meisten Einzelunternehmen und Kleinbetriebe ist der 2. August 2026 kein Umbruch, sondern eine überschaubare Aufgabe: wissen, welche Werkzeuge im Einsatz sind, eine Standardkennzeichnung festlegen und den Redaktionsplan einmal durchgehen. Das ist an einem Vormittag zu schaffen.

Aufwendiger wird es an genau zwei Stellen. Erstens bei der Frage, ob ein konkretes Bild die Deepfake-Schwelle überschreitet — die Grenze zwischen Illustration und fotorealistischer Darstellung ist im Einzelfall nicht immer eindeutig. Zweitens dort, wo Sie Inhalte für Dritte erstellen und die Rollenverteilung zwischen Anbieter, Betreiber und Auftraggeber geklärt werden muss.

Genau dafür gibt es bei Strukturaflow ein unverbindliches 30-Minuten-Gespräch: kein Vortrag über die Verordnung, sondern ein Blick auf Ihre konkreten Werkzeuge, Ihre Inhalte und die Frage, was bei Ihnen tatsächlich zu kennzeichnen ist.

Rechtsstand: 27. Juli 2026. Quellen: Verordnung (EU) 2024/1689 (KI-Verordnung), Verordnung (EU) 2026/1744 (Digital Omnibus on AI, ABl. vom 24. Juli 2026), Leitlinien der Europäischen Kommission zu Artikel 50 vom 20. Juli

NÄCHSTER SCHRITT

Mehr praktische KI-Anleitungen für KMU

Dieser Artikel ist Teil des KI-Hubs von Strukturaflow — einer deutschsprachigen Plattform für den praktischen KI-Einsatz in kleinen und mittleren Unternehmen.

<https://wissen.strukturaflow.it.com>