

KI-Check für die Werbemittel-Abnahme

Ein Blatt für die Freigabe, beidseitig. Vorn die Fragen, die die Entscheidung tragen. Hinten die Felder, mit denen du sie in zwölf Monaten noch belegen kannst. Ausdrucken, ausfüllen, zur Kampagne ablegen — oder die Felder in das eigene Abnahmeformular übernehmen.

TEIL 1 — DIE VIER FRAGEN

1 Wurde für dieses Werbemittel KI eingesetzt?

☐ nein → Check endet hier, Blatt trotzdem ablegen ☐ ja → weiter

2 Was wurde erzeugt oder verändert?

☐ Text ☐ Bild ☐ Video ☐ Audio / Stimme ☐ Übersetzung ☐ Recherche

3 Wie tief war der Eingriff?

☐ vollständig erzeugt ☐ wesentlich verändert ☐ geringfügig bearbeitet (freistellen, retuschieren, Farbe)

4 Kann ein Betrachter den Inhalt für authentisch halten?

Also: echte Person, echter Ort, echtes Ereignis, echte Stimme?

☐ ja ☐ nein, als Gestaltung erkennbar ☐ unklar → wie ja behandeln

ZWEI FRAGEN, DIE MEISTENS VERGESSEN WERDEN

5 In welcher Rolle setzt du das Werkzeug ein?

Die Pflichten unterscheiden sich danach — und das Werkzeug zur maschinenlesbaren Kennzeichnung liegt in der Regel nicht bei dir, sondern beim Anbieter des Systems.

☐ Anbieter (entwickelt das System) ☐ Betreiber (nutzt es im Geschäft) ☐ unklar → klären lassen

Kennzeichnet das eingesetzte Tool maschinenlesbar?

☐ ja ☐ nein ☐ nicht geprüft

6 Wann sieht der Empfänger den Hinweis?

Nicht erst auf der Landingpage. Die Information gehört an die Stelle, an der der Inhalt zum ersten Mal wahrgenommen wird — also in das Werbemittel selbst.

☐ im Werbemittel ☐ erst danach → korrigieren

TEIL 2 — DIE ENTSCHEIDUNG

Faustregel für die Abnahme, keine Rechtsauskunft:

Je näher ein Inhalt an „vollständig erzeugt oder wesentlich verändert“ und „kann für authentisch gehalten werden“ liegt, desto eher gehört eine Kennzeichnung dazu. Reine Bildbearbeitung ohne Aussageänderung liegt am anderen Ende. Dazwischen wird entschieden — und die Entscheidung wird begründet, nicht geraten.

☐ Kennzeichnung nötig ☐ nicht nötig ☐ Rechtsprüfung anfordern

Begründung der Entscheidung

Wortlaut der Kennzeichnung

Platzierung im Werbemittel

TEIL 3 — WAS BELEGBAR BLEIBEN MUSS

FELD	EINTRAG
Kampagne / Werbemittel	
Datum der Produktion	
Eingesetztes Tool und Version	
Wer hat es eingesetzt	
Wo liegen Prompt / Quelldateien	
Quelle der Ausgangsbilder oder -daten	
Rechte an Vorlagen geklärt	☐ ja ☐ nicht nötig ☐ offen
Freigabe durch	
Datum der Freigabe	

DREI FEHLER, DIE WIR AM HÄUFIGSTEN SEHEN

- 1 Die Entscheidung fällt, wird aber nicht aufgeschrieben.** Sechs Monate später weiß niemand mehr, warum nicht gekennzeichnet wurde. Das ist der eigentliche Schaden, nicht die Entscheidung selbst.
- 2 Der Check läuft am Ende.** Wenn das Werbemittel fertig ist, ist die Kennzeichnung ein Störfaktor. Steht die Frage am Anfang, wird sie ein Gestaltungsparameter.
- 3 Niemand ist zuständig.** Ohne Namen im Feld „Freigabe durch“ ist das Blatt Dekoration.

Diese Vorlage ist eine Arbeitshilfe für die Abnahme und keine Rechtsberatung. Sie ersetzt keine Prüfung des Einzelfalls. Maßgeblich sind die jeweils geltenden Vorschriften — für KI-Transparenz insbesondere Artikel 50 der EU-Verordnung über künstliche Intelligenz. Bitte im Zweifel rechtlich prüfen lassen.