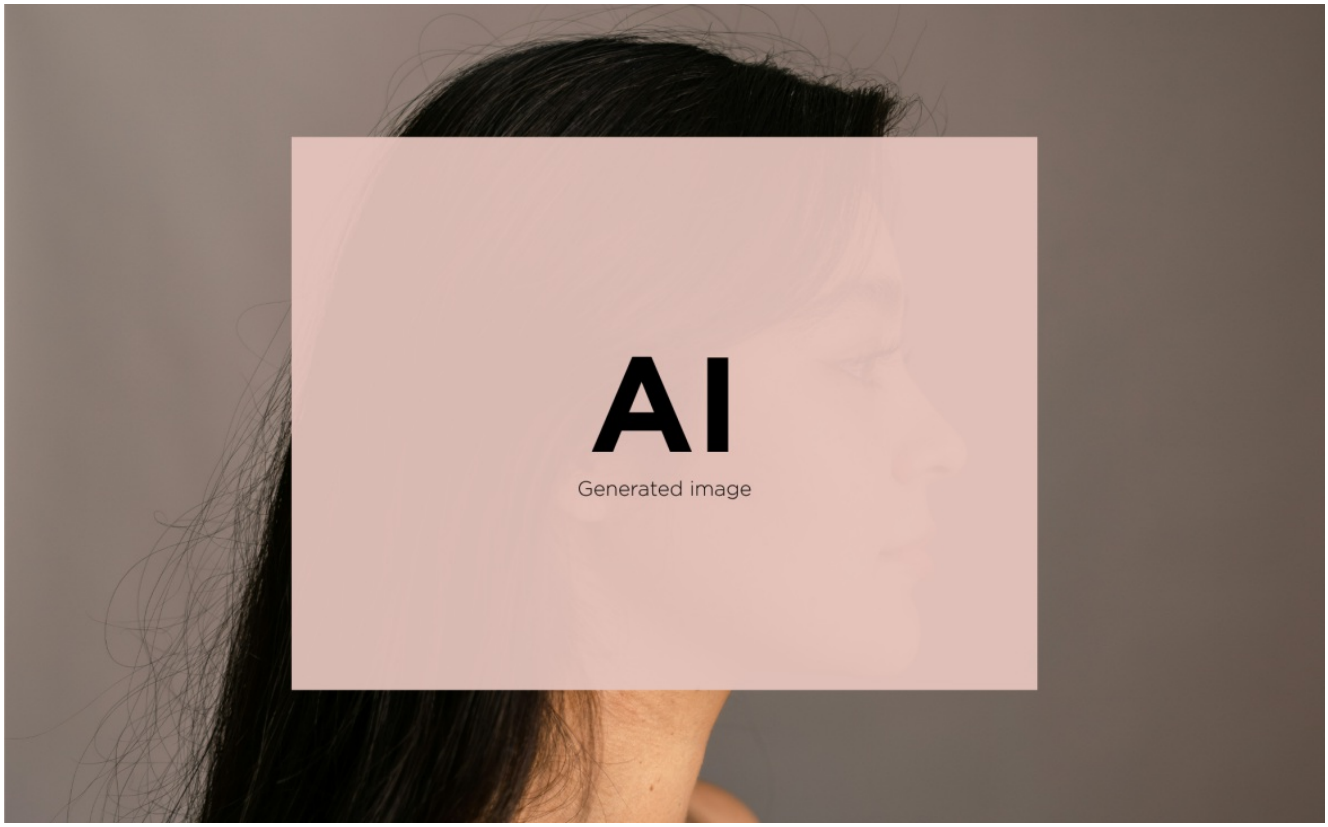
Nye AI-regler kræver tydelig mærkning i markedsføring

Fra 2. august 2026 gælder AI Acts gennemsigtighedskrav. Din virksomhed bør derfor gennemgå AI i markedsføring og kundedialog, før nyt indhold offentliggøres.

Bruger din virksomhed AI til billeder, video, lyd eller kundekommunikation, kan I være omfattet af krav om at oplyse modtageren om AI-brugen. Kravene retter sig navnlig mod såkaldte deepfakes, altså AI-genereret eller væsentligt AI-manipuleret billed-, lyd- eller videomateriale, der kan få noget opdigtet til at fremstå virkeligt.

Når din virksomhed offentliggør sådant indhold, skal modtageren kunne se, at det er AI-genereret eller væsentligt ændret med AI.



MÆRKNING KAN VÆRE NØDVENDIG I FLERE SITUATIONER

Listen over situationer, hvor AI-indhold skal markeres, er ikke udtømmende. Afgørende er, om modtageren med rimelighed kan blive i tvivl om indholdets oprindelse.

AI kan indgå i mange dele af virksomhedens kommunikation. Ud over kampagnemateriale bør I derfor have fokus på kundedialog, kundeudtalelser, cases og skriftligt indhold.

Anvender din virksomhed en chatbot eller virtuel assistent over for kunder, skal brugeren som udgangspunkt informeres om, at vedkommende kommunikerer med et AI-system. Oplysningen er dog ikke nødvendig, hvis det er åbenbart, at dialogen foregår med AI.

AI-skabte kundeudtalelser og cases kræver særlig opmærksomhed. En tekst eller video, der fremstår som en reel kundes oplevelse, kan opfattes som en faktisk anbefaling. En AI-mærkning gør ikke i sig selv materialet lovligt, og din virksomhed bør derfor også vurdere det efter markedsføringslovens regler.

AI-genereret tekst kan også være omfattet, når den offentliggøres for at informere offentligheden om emner af offentlig interesse. Der gælder dog en undtagelse, hvis teksten er gennemgået redaktionelt af mennesker, og en fysisk eller juridisk person har det redaktionelle ansvar for offentliggørelsen.

MÆRKNING SKAL VÆRE TYDELIG VED FØRSTE MØDE

Mærkningen skal være klar, synlig og let at forstå, når modtageren møder indholdet første gang. Det vil som udgangspunkt ikke være nok at gemme den i handelsbetingelser, bag et link eller i en række hashtags.

Mærkningen bør placeres direkte i eller umiddelbart ved indholdet. Virksomheden bør anvende en formulering, som passer til det givne indhold. Det kan eksempelvis være: "AI-genereret billede", "AI-manipuleret video" eller "Denne stemme er genereret med AI".

Hvis indholdet er kreativt, satirisk eller åbenlyst fiktivt, kan mærkningen gives mere diskret, hvis en fremtrædende mærkning unødigt vil forstyrre værket. Modtageren skal dog fortsat kunne forstå, at indholdet er AI-genereret eller -manipuleret.

HVAD BØR DIN VIRKSOMHED GØRE NU?

Din virksomhed bør nu gennemgå både publicerede og planlagte kampagner. I bør samtidig opdatere jeres interne retningslinjer for brug af AI og etablere en klar proces for vurdering, godkendelse og eventuel mærkning af AI-indhold, før det offentliggøres.

NJORD rådgiver om AI-forordningens regler og hjælper med den konkrete vurdering af jeres markedsføringsmateriale, interne retningslinjer og processer.

Læs mere om AI-forordningen her: Regulation - EU - 2024/1689 - EN - EUR-Lex.

JEPPE BROGAARD CLAUSEN
ADVOKAT (H), PARTNER

(+45) 22 29 59 28
JBC@NJORDLAW.COM

IDA LØNDAL
ADVOKAT,
SENIORSPECIALIST, EU TRADE MARK & DESIGN ATTORNEY

(+45) 23 83 73 73
IDL@NJORDLAW.COM