

En praktisk AI-mærkningsguide

Transparens og mærkning af AI-genereret indhold efter AI-forordningens artikel 50 — hvad der er lovkrav, hvad der er anbefalet, og hvem der ejer opgaven.

Reglerne gælder fra 2. august 2026

Artikel 50 om gennemsigtighed får virkning i hele EU — også for din markedsføring.

Lovkrav ≠ anbefalet

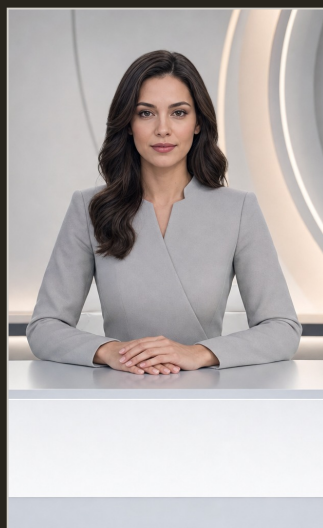
Ikke alt AI-indhold skal have et synligt mærke. Nogle typer skal.

Deepfakes skal oplyses

Senest ved første eksponering, klart og tydeligt — uden særlige værktøjer.

Bøder op til

15 mio. EUR eller 3 % af den globale årsomsætning, med proportionalitet for SMV'er.



Alle billeder i guiden er originale, AI-genererede undervisningseksempler. De viser ikke virkelige personer, brands, boliger eller hændelser.

EXECUTIVE SUMMARY

Lovkrav ≠ anbefalet transparens

Artikel 50 pålægger ikke et synligt mærke på alt AI-indhold. Den stiller specifikke krav i specifikke situationer — og efterlader et stort felt, hvor synlig transparens er en anbefaling, en platformsregel eller et brandvalg.¹

Det er lovkrav

- Udbydere (providers) af generative AI-systemer skal sikre, at syntetisk lyd, billede, video og tekst markeres i et maskinlæsbart format og kan detekteres som kunstigt genereret eller manipuleret. Der gælder undtagelser, bl.a. for standardredigering og assisterende funktioner.¹
- Idriftsættere (deployers) er professionelle brugere af AI-systemer under deres myndighed. Medarbejdere, der handler efter virksomhedens instruks, er ikke selvstændige idriftsættere.²
- Deepfakes skal oplyses senest ved første eksponering, klart og tydeligt og uden at modtageren skal bruge særlige værktøjer.¹

Det er også lovkrav — i disse tilfælde

- Offentlig-interesse-tekst, der er AI-genereret eller -manipuleret og udgives for at informere offentligheden om spørgsmål af offentlig interesse, skal mærkes klart — medmindre den har gennemgået reel menneskelig gennemgang eller redaktionel kontrol, og en fysisk eller juridisk person har det redaktionelle ansvar.²
- Chatbots og AI-interaktion: udbyderen skal sikre, at brugeren informeres fra første interaktion, medmindre det er åbenlyst.¹
- Følelsesgenkendelse og biometrisk kategorisering: idriftsætteren skal informere de fysiske personer, der eksponeres for systemet.¹

Det er lige så vigtigt at vide

- Et synligt mærke på hvert AI-billede eller marketingasset er ikke et generelt lovkrav. Kravet knytter sig til deepfake-tilfælde, offentlig-interesse-tekst, AI-interaktion samt følelsesgenkendelse/biometrisk kategorisering.¹
- EU's ikoner er frivillige. Mærkningspligterne er ikke. At bruge et ikon skaber ikke i sig selv compliance.⁴
- Adfærdskodeksen (Code of Practice) er frivillig, men er vurderet som et egnet redskab. Forpligtelserne i artikel 50 er juridiske.³
- Begrænset overgangsperiode indtil 2. december 2026 gælder alene udbyderside-markering efter artikel 50, stk. 2, for systemer bragt på markedet før 2. august 2026. Der er ingen tilbagevirkende pligt til at mærke indhold, der er genereret før 2. august 2026.²

2. aug. 2026

Artikel 50 får virkning

2. dec. 2026

Udløb af begrænset overgangsperiode (udbyderside)

15 mio. EUR / 3 %

Maksimal bøderamme, jf. AI-forordningen

Sådan bruger du guiden: brug beslutningsflowet på side 4, slå din indholdstype op i matrixen på side 5–6, kopiér en label fra biblioteket på side 14 og køør tjeklisen på side 15 før publicering.

KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>

2. Endelige retningslinjer, 20. juli 2026 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-transparency-obligations-providers-and-deployers-ai-systems>

3. Code of Practice on Transparency of AI-Generated Content — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-ai-generated-content>

4. EU-ikoner til mærkning af AI-genereret indhold — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/eu-icons-labelling-ai-generated-content>

ROLLER I KÆDEN

Er I udbyder eller idriftsætter?

Pligterne fordeles efter rolle. De fleste marketingteams er idriftsættere — ikke udbydere — men rollen kan skifte, hvis I bygger eller finjusterer et generativt system og bringer det på markedet.²

Udbyder (provider)

- Udvikler eller bringer et generativt AI-system på markedet i EU under eget navn eller varemærke.
- Skal sikre, at output markeres maskinlæsbart og kan detekteres som kunstigt genereret/manipuleret (artikel 50, stk. 2).
- Undtagelser gælder bl.a., når systemet udfører en assisterende funktion til standardredigering eller ikke i væsentlig grad ændrer inputdata.¹
- Typisk: modelleverandør, værktøjsleverandør, agentur der udgiver eget AI-værktøj.

Idriftsætter (deployer)

- Professionel bruger, der anvender et AI-system under sin myndighed — fx marketingafdelingen, mediebureauet eller e-handelsteamet.
- Medarbejdere, der handler efter virksomhedens instruks, er ikke selvstændige idriftsættere. Virksomheden er idriftsætteren.²
- Skal oplyse om deepfakes (artikel 50, stk. 4), mærke offentlig-interesse-tekst uden redaktionel kontrol og informere om følelsesgenkendelse/biometrisk kategorisering.¹
- Typisk: annoncøren, brandet, redaktionen, den der trykker på "publicér".

VISUELT BESLUTNINGSTRÆ



Bemærk: en virksomhed kan være både udbyder og idriftsætter i samme kampagne — fx hvis I både udgiver et eget AI-værktøj og publicerer indhold skabt med det.

KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>

2. Endelige retningslinjer, 20. juli 2026 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-transparency-obligations-providers-and-deployers-ai-systems>

BESLUTNINGSFLOW

“Skal vi mærke det?”

Kør de fire spørgsmål i rækkefølge for hvert asset. Stop ved det første “ja” — det afgør, om mærkning er lovkrav, betinget eller anbefalet.

1

Ligner indholdet en eksisterende person, genstand, sted, enhed eller hændelse — og kan det fejlagtigt fremstå som autentisk eller sandfærdigt?

KRAV

Ja: behandl det som deepfake. Oplys klart og tydeligt senest ved første eksponering, uden at modtageren skal bruge særlige værktøjer.¹

2

Er det AI-genereret eller -manipuleret tekst, der udgives for at informere offentligheden om spørgsmål af offentlig interesse?

BETINGET

Ja: skal mærkes klart — medmindre teksten har gennemgået reel menneskelig gennemgang/redaktionel kontrol, og en fysisk eller juridisk person har det redaktionelle ansvar.²

3

Interagerer et menneske direkte med AI (chatbot, voicebot, AI-agent) — eller anvendes følelsesgenkendelse/biometrisk kategorisering?

KRAV

Ja: informér fra første interaktion, medmindre det er åbenlyst for en almindeligt oplyst person. Ved følelsesgenkendelse/biometrisk kategorisering skal idriftsætteren informere de eksponerede personer.¹

4

Er svaret nej til 1–3 — fx et rent fiktivt produktbillede uden lighed med virkelige personer eller steder?

ANBEFALET

Så udløser artikel 50 ikke automatisk et synligt mærke. Vurdér alligevel synlig transparens ud fra kontekst, forvekslingsrisiko, platformspolitik, markedsføringsret og brandtillid.¹

Tre ting, der ofte glemmes

- Dokumentér svaret. Et kort notat i kampagnestyringen (asset-id, model/værktøj, vurdering, valgt label) er jeres bevis for, at vurderingen er foretaget.
- Maskinlæsbar markering er primært en udbyderside-pligt. Det synlige mærke er idriftsætterside, hvor artikel 50, stk. 4, gælder. Fjern ikke metadata i eksportflowet — men stol heller ikke på metadata alene som synlig oplysning.¹
- Ved åbenlyst kunstneriske, kreative, satiriske eller fiktive værker kan oplysningen gives på en måde, der ikke hæmmer oplevelsen af værket.²

KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>

2. Endelige retningslinjer, 20. juli 2026 —

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-transparency-obligations-providers-and-deployers-ai-systems>

MATRIX EFTER INDHOLDSTYPE

Hvad gælder for hvad?

Slå indholdstypen op. "Lovkrav" betyder, at artikel 50 udløser en pligt i den beskrevne situation. "Anbefalet" betyder, at pligten ikke automatisk udløses — men at synlig transparens ofte er den rigtige beslutning.

Scenarie	Juridisk status	Handling på mærkning	Ejer
Standard marketing-billede Fiktivt produkt- eller stemningsbillede uden lighed med virkelige personer, steder eller hændelser	Ingen automatisk pligt til synligt mærke efter art. 50, stk. 4 ¹	Synligt mærke anbefalet ud fra kontekst og platform. Bevar udbyderens maskinlæsbare markering/metadata. Eksempel: "AI-genereret billede".	Marketing-ejer Kampagneansvarlig
Deepfake — billede, video eller lyd Ligner en eksisterende person, genstand, sted, enhed eller hændelse og kan fremstå autentisk	Lovkrav om oplysning senest ved første eksponering, klart og tydeligt, uden særlige værktøjer ¹	Synlig, ikke-skjult oplysning i selve assettet + i posteringstekst. Skal være læsbar ved genudgivelse og download. Eksempel: "AI-genereret indhold".	Idriftsætter Brand/annoncør
Fiktivt, satirisk eller kunstnerisk værk Åbenlyst kreativt udtryk	Pligten kan gælde, men oplysningen kan gives, så den ikke hæmmer oplevelsen af værket ²	Placér oplysningen i kant, kolofon, credits eller åbnings-/slutkort i stedet for midt i motivet. Vær tydelig, men diskret.	Kreativ ejer + juridisk sparring
Offentlig-interesse-tekst AI-genereret/-manipuleret tekst udgivet for at informere offentligheden	Lovkrav om klar mærkning — medmindre reel menneskelig gennemgang/redaktionel kontrol og et identificeret redaktionelt ansvar ²	Enten mærk teksten klart, eller dokumentér redaktionel gennemgang og angiv den ansvarlige person/enhed synligt.	Redaktionelt ansvarlig

Sådan læser I tabellen

- Vurdér "kan fejlagtigt fremstå autentisk" ud fra, hvordan indholdet møder modtageren i feedet — ikke ud fra jeres interne hensigt.
- Kombinationer er reglen, ikke undtagelsen: en annonce kan indeholde både et fiktivt billede og en offentlig-interesse-tekst. Vurdér hvert element for sig.

KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>

2. Endelige retningslinjer, 20. juli 2026 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-transparency-obligations-providers-and-deployers-ai-systems>

MATRIX EFTER INDHOLDSTYPE

Fortsat: tekst, bots og biometri

Scenarie	Juridisk status	Handling på mærkning	Ejer
Almindelig marketingtekst Produkttekster, annoncetekster, nyhedsbreve, SoMe-opslag uden offentlig-interesse-formål	Ingen mærkningspligt efter art. 50 alene på grund af AI-brug ¹	Ingen synlig AI-label krævet. Overhold i stedet markedsføringsret, dokumentationskrav for påstande og platformspolitik. Intern sporing anbefales.	Marketing-ejer
AI-chatbot / voicebot / AI-agent Direkte interaktion mellem menneske og AI	Lovkrav: udbyderen skal sikre, at personen informerer fra første interaktion, medmindre det er åbenlyst ¹	Vis en oplysning i første besked og i widget-headeren. Undgå at gemme den i vilkår eller i en tooltip. Eksempel: "Du chatter med en AI-assistent".	Ejer af kanalen + leverandør
Følelsesgenkendelse Fx analyse af ansigtsudtryk i butik, event eller test	Lovkrav: idriftsætteren skal informere de eksponerede fysiske personer om systemets drift ¹	Skiltning ved indgang/kamera + information i privatlivspolitik. Behandl også som en persondataretlig vurdering.	Idriftsætter + DPO
Biometrisk kategorisering Kategorisering af personer på baggrund af biometriske data	Lovkrav: idriftsætteren skal informere de eksponerede fysiske personer ¹	Samme som ovenfor. Bemærk at visse anvendelser desuden er forbudte eller højrisiko efter andre dele af forordningen. ⁵	Idriftsætter + DPO
Genbrug af arkivindhold AI-indhold genereret før 2. august 2026	Ingen tilbagevirkende pligt til mærkning af indhold genereret før 2. august 2026 ²	Ingen retrofit-kampagne påkrævet. Men mærk efter reglerne, hvis indholdet genbruges i nye deepfake- eller offentlig-interesse-sammenhænge.	Marketing-ejer

EU-ikoner: frivillige, men nyttige

- Ikonerne fra Kommissionen er frivillige at bruge. Mærkningspligterne er ikke frivillige, og brug af et ikon skaber ikke i sig selv compliance.⁴
- Bruger I ikonet, skal det være tydeligt ved første eksponering og må ikke være dækket af andre elementer.⁴

Overgangsperioden misforstås ofte

- Overgangsperioden til 2. december 2026 dækker alene udbyderside-markering efter artikel 50, stk. 2, for systemer bragt på markedet før 2. august 2026.²
- Idriftsætterpligten til at oplyse om deepfakes gælder fra 2. august 2026 uden tilsvarende udskydelse.¹

KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>

2. Endelige retningslinjer, 20. juli 2026 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-transparency-obligations-providers-and-deployers-ai-systems>

4. EU-ikoner til mærkning af AI-genereret indhold — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/eu-icons-labelling-ai-generated-content>

5. AI-forordningen - regulatorisk ramme — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai>

LABEL-ANATOMI

Sådan ser en brugbar mærkning ud

En mærkning består af op til fire lag. De to første er det, modtageren ser. De to sidste gør mærkningen holdbar, når indholdet deles videre.

SÅDAN KAN ET SYNLIGT MÆRKE SE UD



- 1 Ikon eller statusmarkør**
EU's ikoner er frivillige, men et synligt mærke må ikke være dækket af andre elementer.⁴
- 2 Klar tekst i almindeligt sprog**
Forståelig uden fagsprog og uden særlige værktøjer.¹
- 3 Valgfrit andet lag**
Kort kontekst: hvad er ændret, og hvorfor. Ikke et krav, men det fjerner tvivl.
- 4 Holdbare metadata**
Bevar udbyderens maskinlæsbare markering i eksport og upload.¹

Hvem gør hvad

- Maskinlæsbare markering er primært en pligt for udbyderen af det generative system (art. 50, stk. 2).¹
- Det synlige mærke er idriftsætterens ansvar dér, hvor art. 50, stk. 4, gælder — typisk deepfakes.¹
- Metadata alene opfylder ikke kravet om oplysning ved første eksponering.

Anbefalet visning (kodeks)

- Skal kunne opfattes og skelnes ved første eksponering.³
- Må ikke dækkes af andre elementer i layoutet.³
- Direkte indlejret i indholdet eller via tilsvarende UI-overlay.³
- Skal fortsat være synligt ved genudgivelse og download.³
- Almindeligt sprog; tilgængeligt med alt-tekst/ARIA hvor det er muligt.³

Typiske fejl

- Undgå: mærkning kun i billedets metadata · lysegrå tekst på et fotografi · label placeret dér, hvor platformen beskærer eller lægger UI-elementer · vage formuleringer som "digitalt forbedret" om et deepfake · label kun i den første version af et asset, der senere genudgives beskåret.

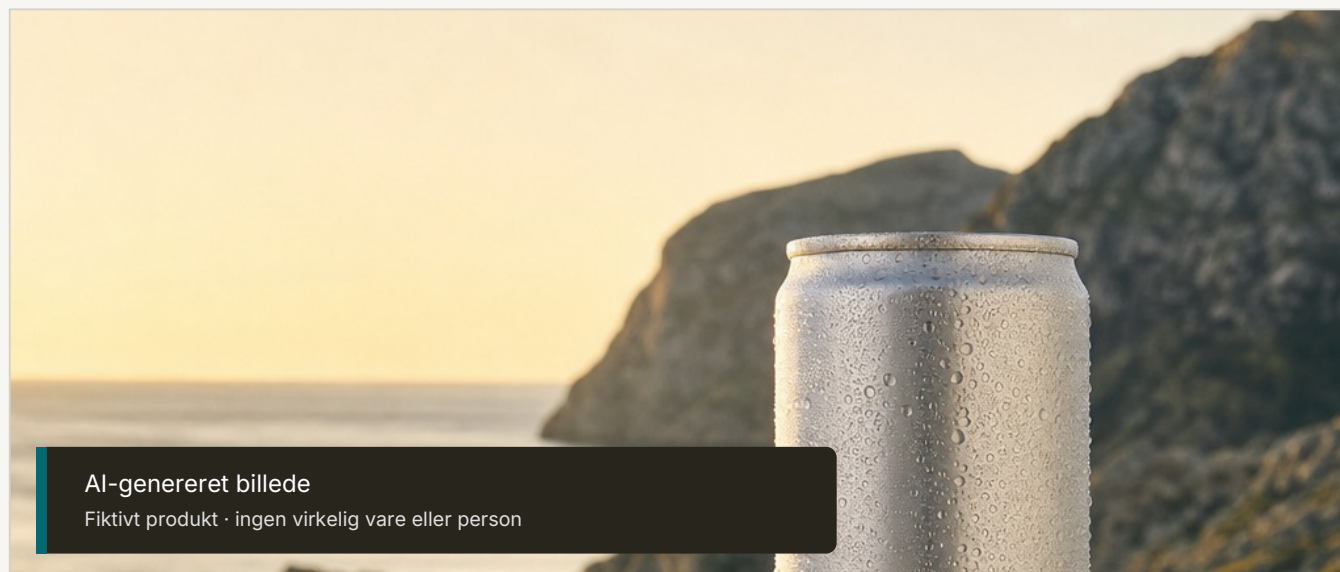
KILDER

- Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>
- Code of Practice on Transparency of AI-Generated Content — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-ai-generated-content>
- EU-ikoner til mærkning af AI-genereret indhold — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/eu-icons-labelling-ai-generated-content>

VISUEL CASE

A. Fiktiv AI-annonce for et opdigtet produkt

Et fuldt AI-genereret produktbillede. Ingen virkelig person, intet virkeligt brand, ingen genkendelig lokation. Dette er et fiktivt undervisningseksempel.



Alt-tekst / billedbeskrivelse: AI-genereret billede af en umærket sølvfarvet dåse på en klippe ved kysten i modlys. Fiktivt undervisningseksempel — ikke et virkeligt produkt eller brand.

ANBEFALET

Ingen automatisk pligt til et synligt artikel 50-mærke, når indholdet hverken er et deepfake eller offentlig-interesse-tekst. Synlig transparens er anbefalet og afhænger af kontekst og platform.¹

Sådan gør I

- Bevar udbyderens maskinlæsbare markering — fjern ikke metadata i eksporten.¹
- Overvej et diskret, men læsbart mærke, hvis billedet kan forveksles med fotografi af et virkeligt produkt.
- Undersøg platformens egen AI-mærkningspolitik: den kan kræve mere end loven.
- Vær særligt varsom, hvis billedet understøtter en produktpåstand — markedsføringsretten gælder uændret.

Forkert

- "Digitalt optimeret visual" — vagt og misvisende om, hvad der er sket.
- Mærkning kun i filens metadata, som forsvinder ved upload.
- Hvid 6 pt-tekst placeret over billedets lyseste område.

Bedre

- "AI-genereret billede. Fiktivt produkt." i solid, kontrastrig container.
- Samme oplysning gentaget i posteringsteksten, så den overlever beskæring.
- Alt-tekst: "AI-genereret billede af en fiktiv drikkedåse på en klippekyst."

KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>

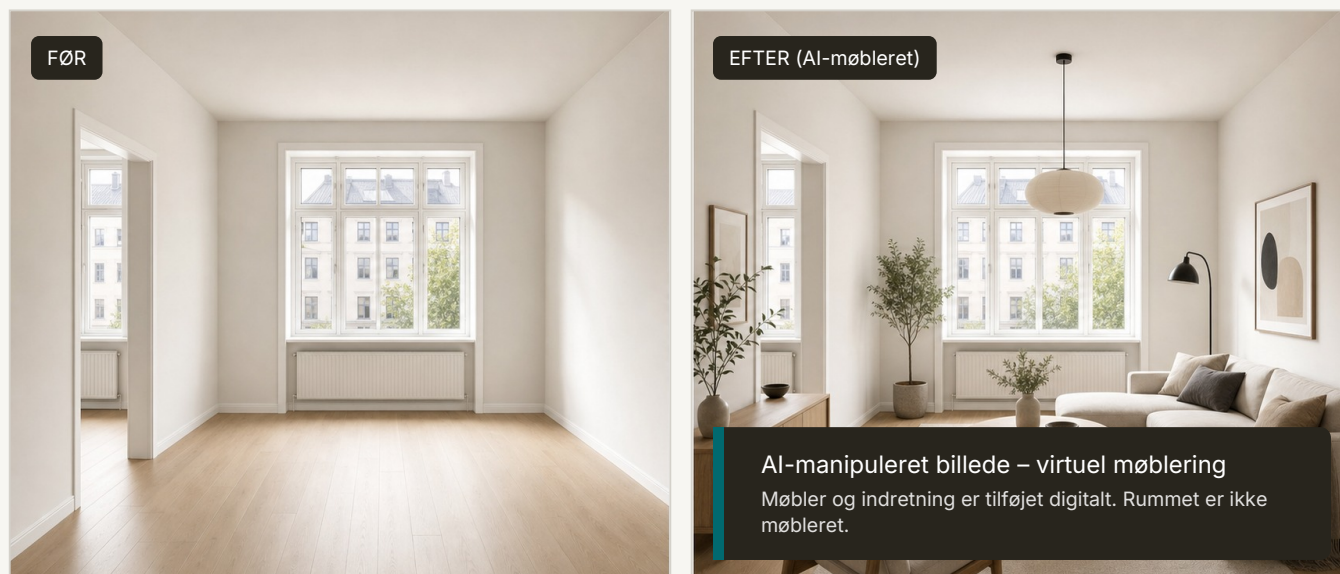
2. Endelige retningslinjer, 20. juli 2026 —

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-transparency-obligations-providers-and-deployers-ai-systems>

VISUEL CASE

B. Virtuel møblering af en eksisterende bolig

Samme rum, før og efter AI-møblering. Illustrativt eksempel – ikke en virkelig boligannonce.



Illustrativt eksempel – ikke en virkelig boligannonce. Alt-tekst: to visninger af samme tomme lejlighed; til højre er møbler, tæppe og lampe tilføjet med AI.

BETINGET

Når et eksisterende sted eller en eksisterende genstand ændres, og resultatet kan fremstå fejlagtigt autentisk, kan indholdet opfylde deepfake-testen. Er det tilføjet, er oplysning ved første eksponering et lovkrav.¹

Sådan gør I

- Brug en konkret formulering: "AI-manipuleret billede – virtuel møblering".
- Placer mærket i selve billedet, så det følger med i portaler, PDF-prospekter og genopslag.
- Beskriv hvad der er ændret (møbler, tekstiler, lys) — og hvad der ikke er (rummets geometri).
- Husk sektorregler og markedsføringsret om vildledning i boligsalg.

Forkert

- "Inspirationsbillede" uden angivelse af AI-manipulation.
- Mærkning kun på det første billede i et galleri med flere manipulerede fotos.
- Label placeret i det yderste hjørne, hvor portalens miniature beskærer.

Bedre

- Mærk hvert manipuleret billede, ikke kun det første.
- Angiv "AI-manipuleret billede – virtuel møblering" både i billedet og i billedteksten.
- Lad før-billedet være umanipuleret og tydeligt markeret som "FØR".

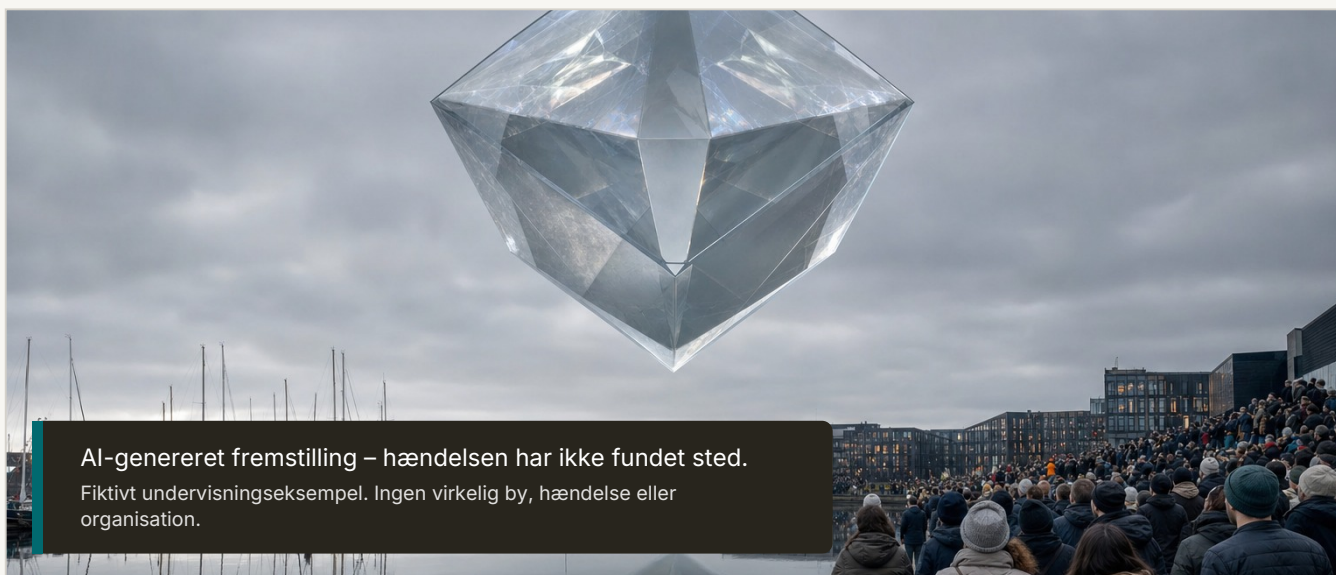
KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>
2. Endelige retningslinjer, 20. juli 2026 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-transparency-obligations-providers-and-deployers-ai-systems>

VISUEL CASE

C. Fiktiv offentlig hændelse i en genkendelig by

En folkemængde ser på et umuligt objekt over en havn. Hændelsen har ikke fundet sted. Fiktivt undervisningseksempel.



AI-genereret fremstilling – hændelsen har ikke fundet sted.

Fiktivt undervisningseksempel. Ingen virkelig by, hændelse eller organisation.

Alt-tekst: AI-genereret billede af en menneskemængde ved en havnepromenade, der ser på et stort krystalobjekt svævende over vandet. Hændelsen er opdigtet.

KRAV

Fremstillinger af hændelser, der kan fremstå som autentiske eller sandfærdige, falder inden for deepfake-definitionen. Oplysningen skal gives klart og tydeligt senest ved første eksponering og uden brug af særlige værktøjer.¹

Sådan gør I

- Brug en prominent, ikke-skjult oplysning i selve billedet.
- Gentag oplysningen i posteringstekst, undertekster og eventuelle klip.
- Sikr, at mærket er læsbart ved genudgivelse, download og beskæring til kvadrat/9:16.
- Overvej helt at undlade formatet, hvis det kan forveksles med nyhedsdækning.

Forkert

- Lille grå tekst nederst: "skabt med AI".
- Oplysning udelukkende i kommentarsporet eller i en linket artikel.
- Nyhedslignende grafik og "breaking"-æstetik uden mærkning i billedet.

Bedre

- Prominent bånd i billedet: "AI-genereret fremstilling – hændelsen har ikke fundet sted."
- Samme sætning som første linje i posteringsteksten.
- Undgå nyhedslignende afsenderelementer, der forstærker indtrykket af autenticitet.

KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>

2. Endelige retningslinjer, 20. juli 2026 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-transparency-obligations-providers-and-deployers-ai-systems>

VISUEL CASE

D. Syntetisk vært i et virksomhedsvideoformat

En fuldt AI-genereret, fiktiv person i et studiemiljø. Personen findes ikke og er ikke skabt i lighed med en eksisterende person.

**AI-genereret vært**

Fiktiv person. Ingen lighed med en virkelig person tilsigtet.

Alt-tekst: AI-genereret billede af en fiktiv kvindelig nyhedsvært bag et lyst studiedesk. Personen eksisterer ikke.

BETINGET

Er personen helt fiktiv og uden lighed med en eksisterende person, er indholdet ikke automatisk et deepfake, og mærkning er anbefalet. Imiterer stemme eller ansigt en eksisterende person, er oplysning et lovkrav.¹

Sådan gør I

- Afklar og dokumentér, om avataren er trænet på eller ligner en virkelig person.
- Vis "AI-genereret vært" i åbningskortet og som vedvarende skærmmærke i video.
- Er stemmen klonet fra en virkelig person: behandl det som deepfake og oplys tydeligt.
- Husk samtykke, personlighedsrettigheder og aftaler med medvirkende.

Forkert

- "Vores nye vært" uden nogen angivelse af, at personen er syntetisk.
- Mærke kun i første sekund af en video, der typisk ses uden lyd og med autoplay.
- Brug af en virkelig persons stemme eller ansigt uden oplysning og samtykke.

Bedre

- Vedvarende, diskret skærmmærke: "AI-genereret vært" gennem hele videoen.
- Åbningskort med samme oplysning + tekst i videobeskrivelsen.
- Imiterer indholdet en virkelig person: oplys klart og tydeligt — det er lovkrav.

KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>

2. Endelige retningslinjer, 20. juli 2026 —

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-transparency-obligations-providers-and-deployers-ai-systems>

PROGRAMMATISKE MOCKUPS

Tekst af offentlig interesse

De samme 300 ord kan udløse to helt forskellige pligter. Forskellen er, om der har været reel menneskelig gennemgang og et identificeret redaktionelt ansvar.²

Uden menneskelig gennemgang

KRAV

Ny analyse: kommunale energitilskud kan falde i 2027

AI-genereret tekst

En gennemgang af budgetmateriale peger på, at tilskudsrammen kan blive reduceret næste år. Analysen er udarbejdet automatisk på baggrund af offentligt tilgængelige budgetdokumenter.

Ingen navngivet redaktionelt ansvarlig. Ingen dokumenteret gennemgang før publicering.

Konsekvens: teksten skal mærkes klart som AI-genereret, fordi den udgives for at informere offentligheden om et spørgsmål af offentlig interesse og ikke har gennemgået reel menneskelig gennemgang.²

Med redaktionel gennemgang

ANBEFALET

Ny analyse: kommunale energitilskud kan falde i 2027

Redaktionelt ansvar: A. Nielsen, redaktionschef

En gennemgang af budgetmateriale peger på, at tilskudsrammen kan blive reduceret næste år. Udkastet er udarbejdet med AI-støtte og er faktatjekket og redigeret af redaktionen før publicering.

Dokumenteret gennemgang: kilder verificeret, tal kontrolleret, ansvar placeret hos en navngiven person.

Konsekvens: mærkningspligten udløses ikke, fordi teksten har gennemgået reel menneskelig gennemgang, og et redaktionelt ansvar er placeret. Åbenhed om AI-støtte er stadig god praksis.²

Grænsen mellem de to spalter

- "Reel gennemgang" er mere end et hurtigt blik: kilder, tal og påstande skal faktisk kontrolleres, og en fysisk eller juridisk person skal bære det redaktionelle ansvar.²
- Dokumentér gennemgangen i CMS'et (hvem, hvornår, hvad blev ændret) — det er den dokumentation, I vil blive spurgt om.

Typisk offentlig interesse

- Politik, valg, sundhed, klima, økonomi, kriminalitet, offentlige myndigheder.
- Kampagner, der positionerer brandet i en samfundsdebat.

Typisk ikke offentlig interesse

- Produktbeskrivelser, kampagnetekster, nyhedsbreve og SoMe-opslag om egne produkter.
- Her gælder markedsføringsret og dokumentationskrav — ikke artikel 50-mærkning af teksten.¹

KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>

2. Endelige retningslinjer, 20. juli 2026 —

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-transparency-obligations-providers-and-deployers-ai-systems>

PROGRAMMATISKE MOCKUPS

Chatbot, lyd og skiltning

Tre situationer, hvor oplysningen skal møde mennesket i grænsefladen — ikke i vilkårene.

Chatbot — første interaktion

KRAV

Du chatter med en AI-assistent

Svar kan indeholde fejl. Skriv "medarbejder" for et menneske.

Hej! Jeg kan hjælpe med ordrer, levering og returnering.

Er du et menneske?

Oplysningen vises i første besked og i widget-headeren — ikke skjult i vilkår eller en tooltip.¹

Lyd / podcast med syntetisk stemme

BETINGET



00:00

18:42

AI-genereret stemme

Indtalt af en syntetisk stemme.

Imiterer stemmen en eksisterende person, er oplysning et lovkrav. Sig det i lyden — ikke kun i beskrivelsen.¹

Skiltning: følelsesgenkendelse og biometrisk kategorisering

KRAV

INFORMATION

Her anvendes følelsesgenkendelse

Kameraer i dette område analyserer ansigtsudtryk til måling af kundetilfredshed. Du kan få information om systemet og dine rettigheder hos personalet eller på virksomhed.dk/ai-information.

Krav: idriftsætteren skal informere de fysiske personer, der eksponeres for et system til følelsesgenkendelse eller biometrisk kategorisering, om systemets drift.¹

Praktisk: skilt før indgangen til det dækkede område, i øjenhøjde, i almindeligt sprog og med henvisning til uddybende information. Behandl desuden anvendelsen som en persondataretlig vurdering, og undersøg, om den er forbudt eller højrisiko efter andre dele af forordningen.⁵

Fællesnævneren

- Fælles for de tre: oplysningen skal møde mennesket i selve grænsefladen — i første besked, i lyden, på skiltet. Ikke i vilkår, cookiebanner eller privatlivspolitik alene.
- Ved direkte AI-interaktion skal udbyderen sikre, at personen informeres fra første interaktion, medmindre det er åbenlyst for en almindeligt oplyst person.¹
- Test oplysningen på mobil: den skal være synlig uden at brugeren scroller, folder ud eller slår lyd til.
- Skriv oplysningen ind i leverandøraftalen, når kanalen drives af en tredjepart — så den ikke forsvinder ved næste opdatering af widget'en.

KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>

5. AI-forordningen - regulatorisk ramme — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai>

KLAR TIL AT KOPIERE

Dansk label-bibliotek

Formuleringer i almindeligt sprog, klar til at indsætte i billeder, videoer, opslag og grænseflader. Tilpas produktnavne, men behold præcisionen.

Scenarie	Label (kopiér)	Placering
Fiktivt AI-billede i markedsføring	AI-genereret billede. Fiktivt motiv.	Billedkant + billedtekst
AI-manipuleret foto af eksisterende sted	AI-manipuleret billede – virtuel møblering.	Indlejret i hvert billede
Fiktiv hændelse (deepfake-risiko)	AI-genereret fremstilling – hændelsen har ikke fundet sted.	Prominent i billedet + første linje i opslaget
Syntetisk vært eller avatar	AI-genereret vært. Fiktiv person.	Åbningskort + vedvarende skærmmærke
Stemme imiterer en virkelig person	AI-genereret lyd, der efterligner en virkelig persons stemme.	Sagt i lyden + i beskrivelsen
AI-genereret video af virkelig person	Denne video er AI-genereret og viser ikke en virkelig optagelse.	Skærmmærke gennem hele klippet
Offentlig-interesse-tekst uden gennemgang	AI-genereret tekst. Ikke redaktionelt gennemgået.	Over artiklens brødtekst
Offentlig-interesse-tekst med gennemgang	Udarbejdet med AI-støtte. Redaktionelt ansvar: [navn], [titel].	Byline eller kolofon
Chatbot og voicebot	Du chatter med en AI-assistent. Svar kan indeholde fejl.	Første besked + widget-header
Følelsesgenkendelse på stedet	Her anvendes følelsesgenkendelse. Kameraer analyserer ansigtsudtryk.	Skilt ved indgang + privatlivspolitik
Kunstnerisk eller satirisk værk	AI-genereret værk. Fiktion.	Credits, kolofon eller slutkort
Alt-tekst (tilgængelighed)	AI-genereret billede af [motiv]. Fiktivt eksempel.	Alt-attribut / ARIA-label

Sprogregler

- Skriv hvad der er AI-skabt, ikke blot at AI har været involveret.
- Brug samme ordvalg på tværs af kanaler, så mærket bliver genkendeligt.
- Undgå engelske labels i danske kampagner, medmindre kanalen er engelsk.

Designregler

- Kontrast: hvid tekst på #28251D eller #01696F. Aldrig tekst direkte på fotoet.
- Minimum 8 pt i print og 12 px på skærm — også efter platformens komprimering.
- Hold mærket fri af beskæringszoner i 1:1, 4:5 og 9:16.

KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>

3. Code of Practice on Transparency of AI-Generated Content — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-ai-generated-content>

GOVERNANCE

Workflow, RACI og tjekliste

Mærkning bliver kun konsistent, hvis ansvaret er placeret før produktionen starter — ikke i minuttet før publicering.

1. Brief

2. Produktion

3. Vurdering

4. Mærkning

5. Godkendelse

6. Publicering

AI-vurdering og mærkning er obligatoriske trin i flowet — ikke valgfri ekstraopgaver.

Opgave	Marketing-ejer	Juridisk	Kreativ / bureau	Web / kanal
Beslutte, om assettet er deepfake eller offentlig-interesse-tekst	A	R	C	I
Vælge og indsætte synlig label i assettet	A	C	R	I
Bevare maskinlæsbar markering og metadata i eksport	I	I	R	A
Dokumentere redaktionel gennemgang af tekst	A	C	R	I
Sikre chatbot-oplysning ved første interaktion	C	C	I	A/R
Skiltning ved følelsesgenkendelse	C	A	I	R
Årlig gennemgang af labels og politik	R	A	C	C

R = udfører · A = ansvarlig/godkender · C = konsulteres · I = informeres

Tjekliste før publicering

- ☐ Er indholdet vurderet mod deepfake-testen (eksisterende person, genstand, sted, enhed eller hændelse)?
- ☐ Er en synlig label indsat dér, hvor pligten gælder — og i almindeligt sprog?
- ☐ Er labelen læsbar ved første eksponering, uden at være dækket, og i alle formater assettet udgives i?
- ☐ Overlever labelen genudgivelse, download og beskæring til 1:1, 4:5 og 9:16?
- ☐ Er udbyderens maskinlæsbare markering bevaret gennem eksport og upload?
- ☐ Er alt-tekst tilføjet, så oplysningen også er tilgængelig for skærm-læsere?
- ☐ Er offentlig-interesse-tekst enten mærket eller dokumenteret redaktionelt gennemgået med navngivet ansvar?
- ☐ Er vurderingen dokumenteret (asset-id, værktøj, vurdering, valgt label, godkender)?
- ☐ Er platformens egen AI-politik og sektorspecifikke regler tjekket?

KILDER

- Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>
- Endelige retningslinjer, 20. juli 2026 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-transparency-obligations-providers-and-deployers-ai-systems>
- Code of Practice on Transparency of AI-Generated Content — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-ai-generated-content>

KOM I GANG

10-minutters plan for marketingteamet

Ti minutter er nok til at fjerne den største risiko: at ingen ved, hvem der beslutter, om et asset skal mærkes.

0–2 min

Udpeg én ejer

Skriv navnet på den person, der ejer AI-mærkning i teamet, ind i kampagneskabelonen. Én ejer, ikke et udvalg.

2–4 min

Kør de fire spørgsmål på jeres tre næste assets

Brug beslutningsflowet på side 4. Notér svaret i kampagnestyringen.

4–6 min

Kopiér tre labels ind i jeres skabeloner

Vælg dem fra label-biblioteket på side 14, der matcher jeres typiske indhold, og læg dem i design- og CMS-skabeloner.

6–8 min

Tjek eksportflowet

Bekræft, at jeres eksport- og uploadproces ikke fjerner udbyderens maskinlæsbare markering, og at labels ikke beskæres væk i 1:1, 4:5 og 9:16.

8–10 min

Sæt tjeklisten ind i godkendelsen

Læg tjeklisten fra side 15 ind som et obligatorisk trin før publicering, og aftal hvem der godkender.

Herefter

- Kvartalsvis: gennemgå nye kanaler og platformspolitikker.
- Halvårligt: opdatér label-biblioteket og skabelonerne.
- Ved nye værktøjer: afklar, om leverandøren markerer output maskinlæsbart.¹

Hvorfor det haster

- Bøder kan udgøre op til 15 mio. EUR eller 3 % af den samlede globale årsomsætning i det foregående regnskabsår, med proportionalitet for SMV'er.⁵
- Den reelle risiko for de fleste teams er dog tab af tillid — ikke bøden.

KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50 — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>

5. AI-forordningen - regulatorisk ramme — <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai>

ANSVARSFRAKRIVELSE OG KILDER

Det juridiske forbehold

Denne guide er skrevet for marketingteams, der skal handle nu. Den erstatter ikke en juridisk vurdering af jeres konkrete indhold.

Vigtigt

- Materialet er praktisk vejledning — ikke juridisk rådgivning. Konkret indhold skal vurderes konkret.
- Tjek også sektorspecifik lovgivning (fx finans, sundhed, fast ejendom, fødevarer, spil), forbrugerbeskyttelses- og markedsføringsret, immaterielle rettigheder og personlighedsrettigheder samt platformenes egne politikker, der ofte går videre end lovkravene.
- Guiden bygger på officielle EU-kilder, som de forelå 26. juli 2026. Retningslinjer, kodeks og praksis kan ændre sig — verificér før publicering af større kampagner.
- Alle billeder i guiden er originale, AI-genererede undervisningseksempler. De viser ikke virkelige personer, brands, boliger, byer eller hændelser. Enhver lighed er utilsigtet.
- Adfærdskodeksen om gennemsigtighed er frivillig, men vurderet som et egnet redskab. Forpligtelserne i artikel 50 er juridiske og gælder uanset tilslutning til kodeksen.³
- EU's ikoner er valgfrie. Brug af et ikon dokumenterer ikke i sig selv, at mærkningspligterne er opfyldt.⁴

OFFICIELLE KILDER

1. Kommissionens FAQ om artikel 50

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/transparency-obligations-under-article-50-ai-act>

2. Endelige retningslinjer, 20. juli 2026

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidelines-transparency-obligations-providers-and-deployers-ai-systems>

3. Code of Practice on Transparency of AI-Generated Content

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-ai-generated-content>

4. EU-ikoner til mærkning af AI-genereret indhold

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/eu-icons-labelling-ai-generated-content>

5. AI-forordningen - regulatorisk ramme

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai>

Version 1.0 · 26. juli 2026

Næste planlagte gennemgang: december 2026, efter udløbet af den begrænsede overgangsperiode for udbyderside-markering den 2. december 2026.

Kenneth Dosanjh

AI Marketing & Governance

Gem guiden. Del den med den, der ejer jeres AI-policy.