



AI-mærkning

Hurtig tjekliste

Beslutningstræet

Følg stierne fra top til bund



Eksempler til klassificering



Skal mærkes

AI-livsstilsbillede · Virtuel model · AI-voiceover · AI-baggrundsskift · Før-efter med AI · AR try-on · AI-chatbot



Ikke nødvendigt

Udklipning + farvekorrektion · Schematisk grafik · Ikoner · rene reklametekster · interne AI-værktøjer · ældre indhold før 08/2026 uændret

AI-mærkning — Hurtig tjekliste

✗ Ja — skal mærkes

✓ Nej — ikke nødvendigt

? I tvivlstilfælde / særtilfælde

Huskeregul: Det handler ikke om "AI ja/nej", men om **indtrykket af ægthed**. Metadata eller vandmærker alene er ikke nok — oplysningen skal være synlig/hørbar for mennesker.

Indholdstype — grundregler

□	INDHOLD / ANVENDELSE	PLIGT?	BEMÆRKNING
☐	Fuldt syntetiske AI-billeder (Midjourney, DALL-E, Stable Diffusion, AI-genererede livsstilsbilleder)	JA	AI-genereret, ser ofte realistisk ud
☐	AI-manipulerede billeder/videoer/lyd (generativ udfyldning, baggrundsskift, fjernelse/tilføjelse af objekter, ML-baseret hududjævning)	JA	AI ændrer billedindholdet → risiko for deepfake
☐	Klassisk billedredigering uden AI (farve, lys, kontrast, udklipning, pixelbaseret retouchering)	NEJ	Ingen AI-model anvendt
☐	Produktfotos, kun teknisk optimeret (støjreduktion, eksponering, skarphed, neutral baggrund)	NEJ	Det indholdsmæssige budskab er uændret
☐	Produktfotos, indholdsmæssigt ændret (objekter/personer/steder/situationer tilføjet, fjernet, omfarvet)	JA	Ændrer ægtheden
☐	Skematiske grafikker, infografikker, ikoner (tydeligt grafiske, ikke et virkeligt billede)	NEJ	Intet vildledende realistisk indtryk
☐	Virtuelle modeller/anvendelsesscener, der ligner rigtige fotos	I TVIVLSTILFÆLDE	Kan forveksles med et rigtigt billede
☐	Motiver på t-shirts, krus mv.	KUN VED REALISME	Fotorealistisk/ægte udseende → Ja · Abstrakt/stiliseret → Nej
☐	AI-stemme / AI-voiceover (produktvideo, reklame, podcast)	JA	Lyd-deepfake — oplysning i starten + i videoen
☐	AI-chatbot / AI-assistent på hjemmeside	JA	Brugere skal kunne genkende AI allerede ved første interaktion (medmindre det er indlysende)
☐	Rene produkt-/reklametekster, vejledninger, FAQ	NEJ	Ikke et emne af offentlig interesse — derfor som regel ingen pligt
☐	AI-tekster om emner af offentlig interesse (politik, sundhed, videnskab)	JA	Undtagelse: menneskeligt gennemgået + redaktionelt ansvar angivet

AI-mærkning — Hurtig tjekliste

Netbutik — scener

☐	SCENE I BUTIKKEN	PLIGT?	PRAKTISK TIP
☐	Hovedbillede: AI-genereret livsstilsbillede	JA	Mærke direkte på billedet
☐	Detaljevisning: kun udklipning, farvekorrektion	NEJ	Klassisk redigering
☐	Størrelses-/anvendelseseksempel (model i sofa, AI-baggrund)	JA	Hvis det er et realistisk foto
☐	Skematiske fremstillinger (måltegnning, ikonsæt)	NEJ	Tydeligt grafisk
☐	Før-efter (rynker/udjævning, kropsformer) med AI	JA	Ændrer ægtheden væsentligt
☐	Anmeldelsesfotos, AI-efterbehandlet (hud, belysning, baggrund)	JA	AI-manipulation + realistisk indtryk
☐	360°-visning med AI-tilføjelser (manglende vinkler genereret)	JA	AI tilføjer indhold
☐	AR try-on / placering i rummet (AI-baseret)	JA	Syntetisk indblænding, ser ægte ud
☐	Tillidselementer (logoer, certifikater) — AI-forfalskede	SÆRTILFÆLDE	Ingen pligt efter AI-forordningen, men konkurrenceretligt risikabelt

AI-mærkning — Hurtig tjekliste

Kampagne & sociale medier

☐	KAMPAGNEELEMENT	PLIGT?	BEMÆRKNING
☐	Billede i opslag på sociale medier (AI-genereret, realistisk)	JA	Deepfake-logik
☐	Billede i opslag på sociale medier (illustration / tegneserie / abstrakt)	NEJ	Tydeligt kunstigt
☐	Influencer-indhold med AI-model/-person (fotorealistisk)	JA	Kan forveksles med en rigtig person
☐	Displaybanner med AI-foto (person/sted/anvendelsesscene)	JA	Mærke synligt på/nær banneret
☐	Videoannoncer med AI-fortæller eller virtuel model	JA	Lyd- og/eller visuel deepfake
☐	Videoannoncer med klassisk efterbehandling (klip, farve, uden AI)	NEJ	Ingen AI-generering/-manipulation
☐	YouTube-beskrivelse/opslagstekst som eneste oplysning	NEJ – er ikke tilstrækkeligt	Oplysningen skal være synlig på selve indholdet
☐	Chatannoncer/samtaleannoncer (AI-bot)	JA	Genkendelig som AI ved første interaktion
☐	Tekst i sociale medier om emner af offentlig interesse (nyheder, politik, sundhed)	JA	Undtagelse: redaktionelt ansvar
☐	Ren produktreklame, kampagne, udsalg	NEJ	Ikke et emne af offentlig interesse — derfor som regel ingen pligt

Print & offline

☐	PRINTELEMENT	PLIGT?	HVORFOR/HVORDAN
☐	Flyer/plakat med AI-foto (person/sted/scene, realistisk)	JA	Deepfake-logikken gælder også offline
☐	Flyer/plakat med illustration/3D-rendering (tydeligt kunstigt)	NEJ	Intet vildledende realistisk indtryk
☐	Produktkatalog: AI-livsstilsscener (stue, model)	JA	Mærke på/nær billedet
☐	Emballage: AI-genereret motiv (person/sted/begivenhed)	JA	Oplysning på/nær emballagen
☐	Emballage: abstrakt mønster, ikoner, typografi	NEJ	Tydeligt ikke virkeligt
☐	Trykt annonce (avis/blad) med AI-foto	JA	Mærke i billedområdet eller billedteksten
☐	Indstik med AI-stemme-QR-video	JA	Oplysning i videoen/på QR-landingssiden
☐	Kunstige testimonials/eksperterklæringer (AI-person/AI-stemme)	JA	Vildledende ægte person/mening

□	PRINTELEMENT	PLIGT?	HVORFOR/HVORDAN
□	Tydeligt "fiktive scener" (tegnefilm, tegneserie, åbenlyst iscenesat)	NEJ	Tydeligt kunstigt/fiktivt



AI-mærkning — Hurtig tjekliste

Telefon & interaktion

SCENARIO	PLIGT?	GENNEMFØRELSE
☐ Udgående opkald med AI-stemme/AI-assistent	JA	Angiv tydeligt ved samtalens start
☐ Hotline med AI-stemmebot	JA	"Du er forbundet med en AI-assistent."
☐ Menneskelig medarbejder med AI-værktøjer (transskription, forslag, ingen AI-stemme)	NEJ	Brugeren taler med et menneske
☐ AI-stemme, der lyder som en kendt person	JA + RISIKO	Tydelig oplysning + vurdering efter markedsføringsloven og retten til eget billede/navn

Interne tilfælde & særtilfælde

SCENARIO	PLIGT?
Interne AI-værktøjer uden offentliggørelse	NEJ
Interne rapporter/præsentationer	NEJ
Ældre indhold fra før den 2. august 2026, uændret online	NEJ
Ældre indhold genoffentliggjort/ændret	SKAL VURDERES

SCENARIO	PLIGT?
Produkt med AI-funktion (chatbot, billedgenerator)	JA
Software/kode genereret af AI	NEJ
Højrisiko-AI (medicin, scoring)	ANDRE FORPLIGTELSE
Mærkning erstatter rettighedsprøvning	NEJ

AI-mærkning — Hurtig tjekliste

Sådan mærker du — web & print

AI-genereret billede

AI GENERATED

AI MODIFIED

AI-genereret stemme

Denne video indeholder AI-genereret indhold

Web (butik, landingsside, sociale medier)

- Mærke **direkte på billedet/videoen** eller umiddelbart under
- I det synlige produktområde — ikke i handelsbetingelserne eller til sidst i beskrivelsen
- Videoer: mærke **i starten** + gentag regelmæssigt
- Lyd: mundtlig oplysning i begyndelsen
- EU-ikonsæt valgfrit, men ikon + tekst anbefales
- Billedtekst/beskrivelse alene er **ikke** nok

Print (flyer, katalog, emballage)

- Oplysning på/nær billedet eller som billedtekst
- Emballage: etiket, hængemærke, indstik eller bagside
- Ved kunstnerisk/fiktivt indhold: diskret, men til stede
- QR-video: oplysning i selve videoen eller på landingssiden
- Samme deepfake-logik som online

Telefon & chat

- AI-opkald: angiv tydeligt ved starten
- Chatbot: genkendelig ved første interaktion
- Formulering: "Du taler med en AI-drevet assistent"

Tekster

- Rene reklametekster: som regel ingen pligt
- Medmindre reklamen selv informerer om emner af offentlig interesse (sundhed, politik): så skal den mærkes
- Undtagelse: menneskeligt gennemgået + ansvarlig person angivet

Tjekliste før offentliggørelse

☐ KONTROLPUNKT
☐ AI-anvendelse identificeret (generering eller indholdsmæssig manipulation)?
☐ Indholdet offentliggøres (ikke kun internt)?
☐ Indtryk af ægthed vurderet — ligner det et rigtigt foto/en rigtig person/sted/stemme?
☐ Ved pligt: er oplysningen placeret tydeligt, forståeligt og synligt/hørbart?
☐ Ved video/lyd: oplysning i starten (ikke kun til sidst)?
☐ Ved print: oplysning på/nær motivet eller på emballagen?
☐ Rettigheder vurderet (navne- og billedret, ophavsret, varemærkeret) — mærkning erstatter ikke dette?
☐ Tilgængelighed: tilstrækkelig kontrast, alt-tekst til skærmlæsere?

Ældre indhold: Indhold offentliggjort før den 2. august 2026, der forbliver uændret, skal ikke mærkes med tilbagevirkende kraft. Genoffentliggjort eller væsentligt ændret → skal vurderes igen.