



AI-märkning Snabbchecklista



Beslutsträdet

Följ vägarna uppifrån och ner



Exempel för klassificering



Märk innehållet

AI-livsstilsbild · Virtuellt modell · AI-voiceover · AI-bakgrundsbyte · Före-efter med AI · AR-provning · AI-chatbot



Inte nödvändigt

Friläggning + färgkorrigering · Schematisk grafik · Ikoner · rena reklamtexter · interna AI-verktyg · äldre innehåll före 08/2026 oförändrat

AI-märkning — Snabbchecklista

✗ Ja — märk

✓ Nej — inte nödvändigt

? I tveksamma fall / särskilt fall

Minnesregel: Det handlar inte om "AI ja/nej", utan om **intrycket av äkthet**. Metadata eller vattenstämplar räcker inte ensamma — hänvisningen måste vara synlig/hörbar för människor.

Innehållstyp — grundregler

☐	INNEHÅLL / ANVÄNDNING	OBLIGATORISKT?	ANMÄRKNING
☐	Helt syntetiska AI-bilder (Midjourney, DALL-E, Stable Diffusion, AI-genererade livsstilsbilder)	JA	AI-genererat, ser ofta realistiskt ut
☐	AI-manipulerade bilder/videor/ljud (generativ fyllning, bakgrundsbyte, ta bort/lägga till objekt, ML-baserad hudutjämning)	JA	AI förändrar bildinnehållet → risk för deepfake
☐	Klassisk bildredigering utan AI (färg, ljus, kontrast, friläggning, pixelbaserad retuschering)	NEJ	Ingen AI-modell används
☐	Produktfoton, endast tekniskt optimerade (brusreducering, exponering, skärpa, neutral bakgrund)	NEJ	Sakinnehållet oförändrat
☐	Produktfoton, innehållsligt förändrade (objekt/personer/platser/situationer tillagda, borttagna, omfärgade)	JA	Förändrar äktheten
☐	Schematiska grafiker, infografik, ikoner (tydligt grafiska, inte en verklig bild)	NEJ	Inget vilseledande verklighetstroget intryck
☐	Virtuella modeller/användningsscener som ser ut som riktiga foton	I TVEKSAMMA FALL	Kan misstas för en verklig bild
☐	Motiv på t-shirts, muggar etc.	ENDAST VID REALISM	Fotorealistiskt/äkta utseende → Ja · Abstrakt/stiliserat → Nej
☐	AI-röst / AI-voiceover (produktvideo, reklam, podcast)	JA	Ljud-deepfake — hänvisning i början + i videon
☐	AI-chatbot / AI-assistent på webbplats	JA	Användare måste kunna identifiera AI redan vid första interaktionen (om det inte är uppenbart)
☐	Rena produkt-/reklamtexter, instruktioner, vanliga frågor	NEJ	Inget ämne av allmänt intresse — därför oftast ingen skyldighet
☐	AI-texter om ämnen av allmänt intresse (politik, hälsa, vetenskap)	JA	Undantag: mänskligt granskat + redaktionellt ansvar angivet



AI-märkning — Snabbchecklista

Nätbutik — scener

SCEN I BUTIKEN	OBLIGATORISKT?	PRAKTISKT TIPS
☐ Huvudbild: AI-genererad livsstilsbild	JA	Etikett direkt på bilden
☐ Detaljvy: endast friläggning, färgkorrigering	NEJ	Klassisk redigering
☐ Storleks-/användningsexempel (modell i soffa, AI-bakgrund)	JA	Om det är ett realistiskt foto
☐ Schematiska framställningar (måttskiss, ikonuppsättning)	NEJ	Uppenbart grafiskt
☐ Före-efter (rynkor/uttoning, kroppsformer) med AI	JA	Förändrar äktheten avsevärt
☐ Recensionsbilder, AI-efterbehandlade (hud, belysning, bakgrund)	JA	AI-manipulation + realistiskt intryck
☐ 360°-vy med AI-tillägg (saknade vinklar genererade)	JA	AI lägger till innehåll
☐ AR-provning / placering i rummet (AI-baserad)	JA	Syntetisk inblandning, ser äkta ut
☐ Förtroendeelement (logotyper, certifikat) — AI-förfalskade	SÄRSKILT FALL	Ingen skyldighet enligt AI-förordningen, men riskabelt konkurrensrättsligt

AI-märkning — Snabbchecklista

Kampanj & sociala medier

☐	KAMPANJELEMENT	OBLIGATORISKT?	ANMÄRKNING
☐	Bild i inlägg på sociala medier (AI-genererad, realistisk)	JA	Deepfake-logik
☐	Bild i inlägg på sociala medier (illustration / serieteckning / abstrakt)	NEJ	Uppenbart konstgjort
☐	Influencer-innehåll med AI-modell/person (fotorealistiskt)	JA	Kan misstas för en verklig person
☐	Displaybanner med AI-foto (person/plats/användningsscen)	JA	Etikett synlig i/nära bannern
☐	Videoannonser med AI-berättare eller virtuell modell	JA	Ljud- och/eller visuell deepfake
☐	Videoannonser med klassisk efterredigering (klipp, färg, utan AI)	NEJ	Ingen AI-generering/-manipulation
☐	YouTube-beskrivning/inläggstext som enda hänvisning	NEJ – räcker inte	Hänvisningen måste synas på själva innehållet
☐	Chattannonser/konversationsannonser (AI-bot)	JA	Identifierbar som AI vid första interaktionen
☐	Text i sociala medier om ämnen av allmänt intresse (nyheter, politik, hälsa)	JA	Undantag: redaktionellt ansvar
☐	Ren produktreklam, kampanj, rea	NEJ	Inget ämne av allmänt intresse — därför oftast ingen skyldighet

Tryck & offline

☐	TRYCKSAKSELEMENT	OBLIGATORISKT?	VARFÖR/HUR
☐	Flygblad/affisch med AI-foto (person/plats/scen, realistiskt)	JA	Deepfake-logiken gäller även offline
☐	Flygblad/affisch med illustration/3D-rendering (uppenbart konstgjord)	NEJ	Inget vilseledande verklighetstroget intryck
☐	Produktkatalog: AI-livsstilsscener (vardagsrum, modell)	JA	Etikett i/nära bilden
☐	Förpackning: AI-genererat motiv (person/plats/händelse)	JA	Hänvisning på/nära förpackningen
☐	Förpackning: abstrakt mönster, ikoner, typografi	NEJ	Uppenbart inte verkligt
☐	Tryckannons (tidning/magasin) med AI-foto	JA	Etikett i bildområdet eller bildtexten
☐	Bilagor med AI-röst-QR-video	JA	Hänvisning i videon/QR-landningssidan

☐	TRYCKSAKSELEMENT	OBLIGATORISKT?	VARFÖR/HUR
☐	Konstgjorda kundutlåtanden/expertuttalanden (AI-person/AI-röst)	JA	Vilseledande äkta person/åsikt
☐	Tydligt "fiktiva scener" (tecknat, serieteckning, uppenbart iscensatt)	NEJ	Uppenbart konstgjort/fiktivt

AI-märkning – Snabbchecklista

Telefon & interaktion

☐	SCENARIO	OBLIGATORISKT?	GENOMFÖRANDE
☐	Utgående samtal med AI-röst/AI-assistent	JA	Ange tydligt vid samtalets början
☐	Hotline med AI-röstbot	JA	"Du är kopplad till en AI-assistent."
☐	Mänsklig agent med AI-verktyg (transkription, förslag, ingen AI-röst)	NEJ	Användaren talar med en människa
☐	AI-röst som låter som en känd person	JA + RISK	Tydlig hänvisning + kontroll av marknadsföringslag och personlighetsrätt

Interna fall & specialfall

SCENARIO	OBLIGATORISKT?
Interna AI-verktyg utan publicering	NEJ
Interna rapporter/presentationer	NEJ
Äldre innehåll från före den 2 augusti 2026, oförändrat online	NEJ
Äldre innehåll återpublicerat/ändrat	KONTROLLERA

SCENARIO	OBLIGATORISKT?
Produkt med AI-funktion (chatbot, bildgenerator)	JA
Programvara/kod genererad av AI	NEJ
AI med hög risk (medicin, poängsättning)	ANDRA SKYLDIGHETER
Märkning ersätter rättighetsprövning	NEJ

AI-märkning — Snabbchecklista

Så märker du — webb & tryck

AI-genererad bild

AI GENERATED

AI MODIFIED

AI-genererad röst

Denna video innehåller AI-genererat innehåll

Webb (butik, landningssida, sociala medier)

- Etikett **direkt på bilden/videon** eller omedelbart under
- I det synliga produktområdet — inte i allmänna villkor eller i slutet av beskrivningen
- Videor: etikett i **början** + upprepa regelbundet
- Ljud: talad hänvisning i början
- EU:s ikonuppsättning valfri, men ikon + text rekommenderas
- Bildtext/beskrivning ensam räcker **inte**

Tryck (flygblad, katalog, förpackning)

- Hänvisning i/nära bilden eller som bildtext
- Förpackning: etikett, hängtagg, bipacksedel eller baksida
- Vid konstnärligt/fiktivt innehåll: diskret men närvarande
- QR-video: hänvisning i själva videon eller på landningssidan
- Samma deepfake-logik som online

Telefon & chatt

- AI-samtal: ange tydligt i början
- Chatbot: identifierbar vid första interaktionen
- Formulering: "Du talar med en AI-styrd assistent"

Texter

- Rena reklamtexter: oftast ingen skyldighet
- Om inte reklamen själv informerar om ämnen av allmänt intresse (hälsa, politik): då ska den märkas
- Undantag: mänskligt granskat + ansvarig person angiven

Checklista före publicering

☐ KONTROLLPUNKT
☐ AI-användning identifierad (generering eller innehållslig manipulation)?
☐ Innehållet publiceras (inte bara internt)?
☐ Äkthetsintryck kontrollerat — ser det ut som ett riktigt foto/en riktig person/plats/röst?
☐ Vid skyldighet: hänvisningen tydligt, begripligt och synligt/hörbart placerad?
☐ Vid video/ljud: hänvisning i början (inte bara i slutet)?
☐ Vid tryck: hänvisning i/nära motivet eller på förpackningen?
☐ Rättigheter kontrollerade (personlighetsrätt, upphovsrätt, varumärkesrätt) — märkning ersätter inte detta?
☐ Tillgänglighet: tillräcklig kontrast, alt-text för skärmläsare?

Äldre innehåll: Innehåll som publicerats före den 2 augusti 2026 och som förblir oförändrat behöver inte märkas i efterhand. Återpublicerat eller väsentligt ändrat → kontrollera på nytt.