

KI im Marketing

Wo die Beschleunigung endet und das Recht anfängt

KI ist im Marketing **keineswegs verboten**, verlangt aber in bestimmten Bereichen Fingerspitzengefühl. Gerade für kleine Unternehmen ist sie attraktiv, weil sich mit wenig Budget und Personal viele Inhalte produzieren lassen.

PERSONALISIERUNG: DREI STUFEN, DREI RISIKEN

Was du tust	Einordnung
KI als reiner Textassistent, Zielgruppe manuell und rechtmäßig gewählt	unbedenklich
Gekaufte Kontaktdatenätze von der KI nach Neukunden filtern lassen	riskant: unklar, ob Erhebung und Werbenutzung zulässig sind
Den eigenen Kundenstamm nach Verhaltensmustern analysieren	sensibel: braucht Transparenz und dokumentierte Zustimmung

Grundlage sind die DSGVO und in Österreich zusätzlich das Telekommunikationsgesetz, das Ausnahmen von der Zustimmungspflicht nur für bestimmte Bestandskunden zulässt.

UNPROBLEMATISCH

- **Mehrere Textvarianten erzeugen.** Ein Mensch wählt die geprüfte aus.
- **Künstlicher Produktfoto-Hintergrund.** Klar als Werbegrafik erkennbar.
- **Zielgruppe manuell wählen.** Rechtmäßig erhoben, KI nur als Textassistent.

HEIKEL

- **Erfundene Kundenstimmen.** Als echte Meinung ausgegeben.
- **Täuschend echte KI-Person.** Ohne erkennbar künstlichen Charakter.
- **Ungeprüft veröffentlichter Text.** Erfundene Produktvorteile sind Täuschung.

WAS DAS UWG VERBIETET

Künstlich erzeugte Werbefiguren, die wie echte Menschen wirken.
Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb untersagt unfaire Geschäftspraktiken. Werbung darf inszenieren, aber nicht täuschen.

Erfundene Kundenbewertungen.
Kundenstimmen, die es nie gab, sind eine unlautere Geschäftspraktik.

WO KI IM MARKETING WIRKLICH HILFT

IDEEN UND VARIANTEN
Mehrere Textvarianten erzeugen. Unbedenklich, solange der Inhalt fachlich stimmt und geprüft wird.

STRUKTUR UND ROHFASSUNG
Gliederung, erster Entwurf, Umformulieren für einen anderen Kanal.

BILDBEARBEITUNG
Freisteller, Hintergründe, Formatanpassungen, solange die Grafik als Werbung erkennbar bleibt.

VIER GRUNDREGELN

- 1 **Personalisierung nur datenschutzkonform.** Zustimmung dokumentiert, Zweck benannt.
- 2 **Keine täuschenden Inhalte.** Keine erfundenen Fakten, keine erfundenen Menschen.
- 3 **Vor der Veröffentlichung prüfen.** KI-Texte erfinden Produktvorteile.
- 4 **Interne Abläufe definieren.** Wer darf welches Tool wofür nutzen?

MERKSATZ

Werbung darf Dinge vorteilhaft inszenieren. Sobald ein künstlich erzeugter Inhalt einen falschen Eindruck erweckt, wird es problematisch.