



Deutschlands
führende
Agenturen

Agenturumfrage Neue Pflicht zur KI-Kennzeichnung (EU AI Act)

3. September 2026



Steckbrief

Methode: Online-Befragung mit strukturierten Fragebögen

Zielgruppe: Inhaber*innen / Geschäftsführer*innen von GWA-Agenturen

Stichprobe: N= 55

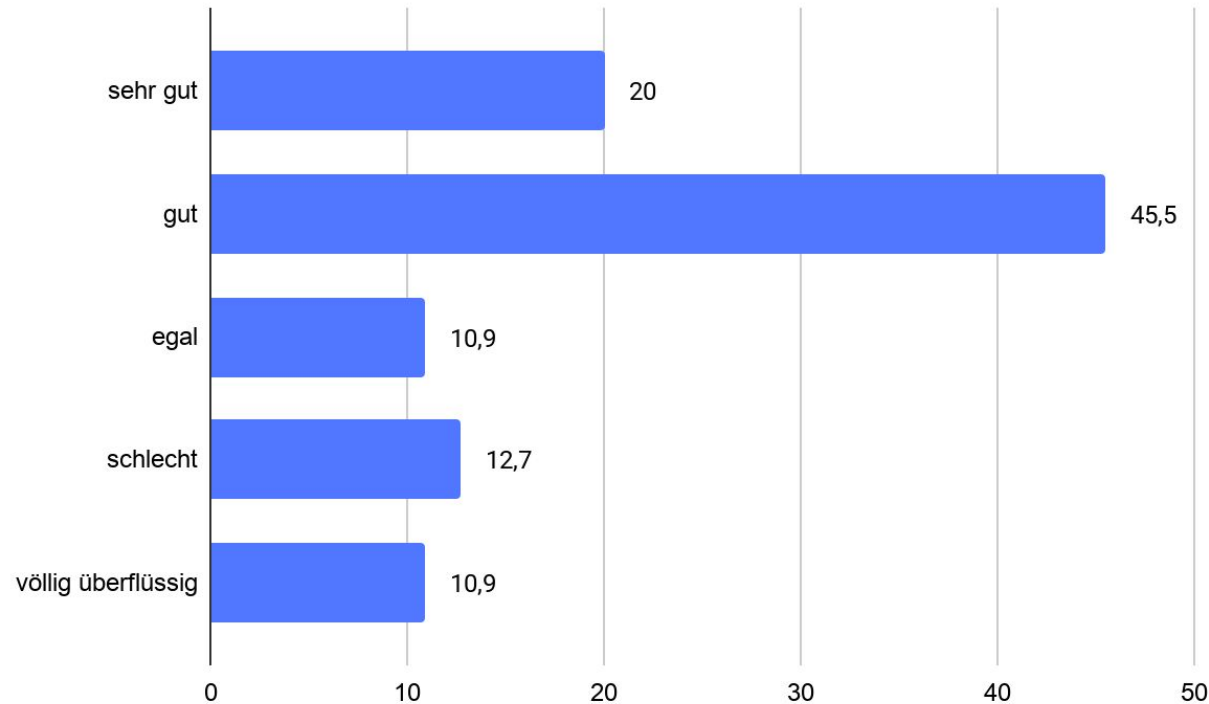
Feldzeit: 31. Juli bis 31. August 2026

Zusammenfassung

- Seit 1. August schreibt der EU AI Act eine KI- Kennzeichnungspflicht für audiovisuelle Inhalte vor. Mehr als die Hälfte der befragten GWA-Mitgliedsagenturen (66 Prozent) begrüßt diese neue Kennzeichnungspflicht
- 85 Prozent sehen keine Auswirkungen auf den Einsatz von KI in ihren Kampagneninhalten
- Knapp 35 Prozent wollen auf Überkennzeichnung achten
- Knapp 33 Prozent sehen ihre KundInnen sehr schlecht oder schlecht auf die KI-Kennzeichnungspflicht vorbereitet
- 25 Prozent gehen davon aus, dass die KI- Kennzeichnung den meisten VerbraucherInnen schnell egal sein wird

Mehr als die Hälfte der Befragten begrüßt die Kennzeichnungspflicht

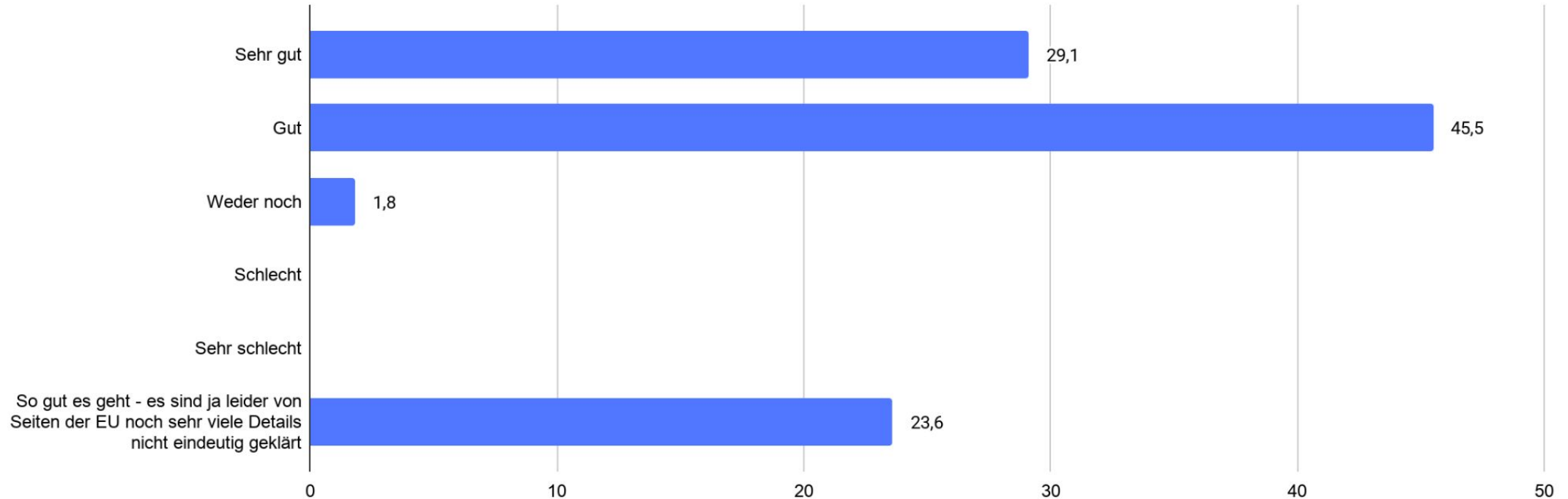
Wie beurteilst Du die KI-Kennzeichnungspflicht generell? Findest Du sie grundsätzlich ... (Angaben in Prozent)



66 Prozent der Befragten finden die neue KI-Kennzeichnungspflicht gut oder sehr gut, **11 Prozent** halten sie für überflüssig.

Agenturen gut vorbereitet auf die Kennzeichnungspflicht

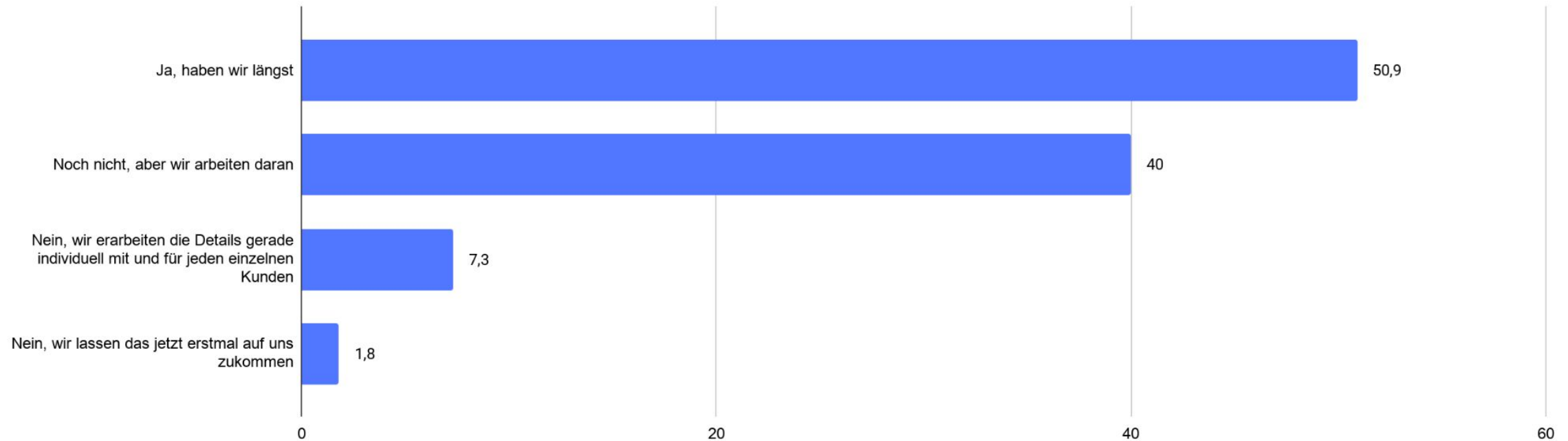
Wie gut ist Eure Agentur in den Detailfragen inzwischen auf die KI-Kennzeichnungspflicht vorbereitet? (Angaben in Prozent)



Weit mehr als die Hälfte der Befragten (**insgesamt 75 Prozent**) gibt an, gut bis sehr gut auf die KI-Kennzeichnungspflicht vorbereitet zu sein, **24 Prozent** geben „so gut es geht“ an.

Eigene Policy von vielen Agenturen als wichtig erachtet

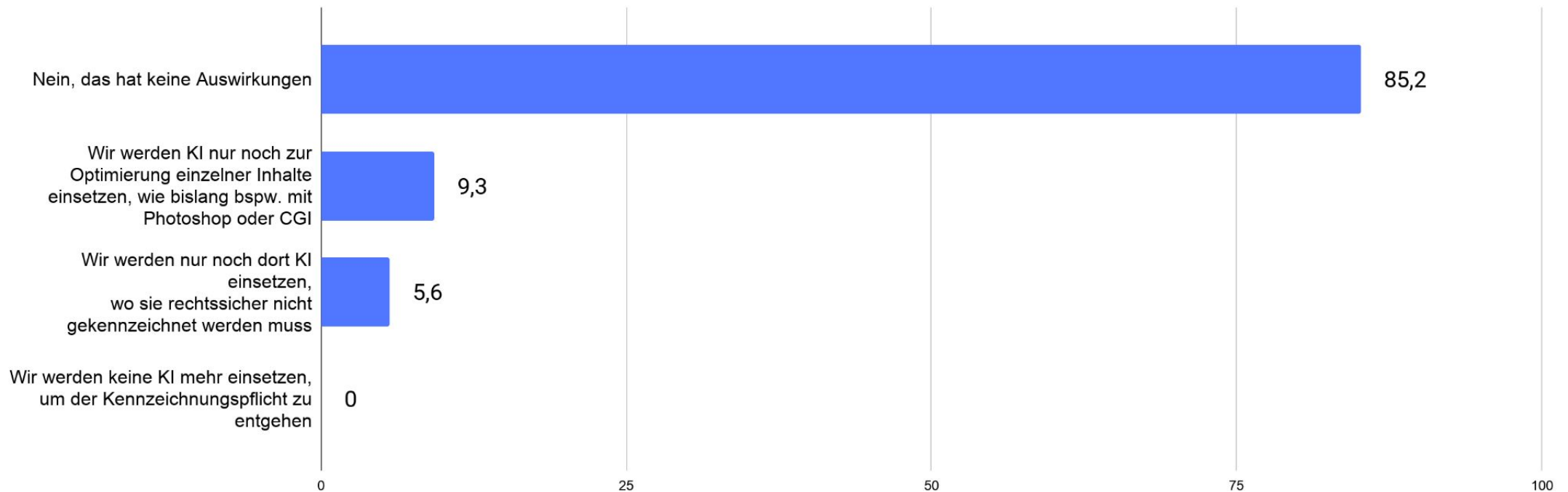
Habt Ihr für Eure Agentur eine eigene Policy zur KI-Kennzeichnung formuliert, die für alle von Euch erstellten audiovisuellen Inhalte künftig Gültigkeit hat? (Angaben in Prozent)



50 Prozent der Befragten haben bereits eine eigene Policy, **40 Prozent** arbeiten momentan daran und **7 Prozent** erarbeiten die Details individuell für jeden einzelnen Kunden.

Große Mehrheit sieht keine Auswirkung auf den Einsatz von KI

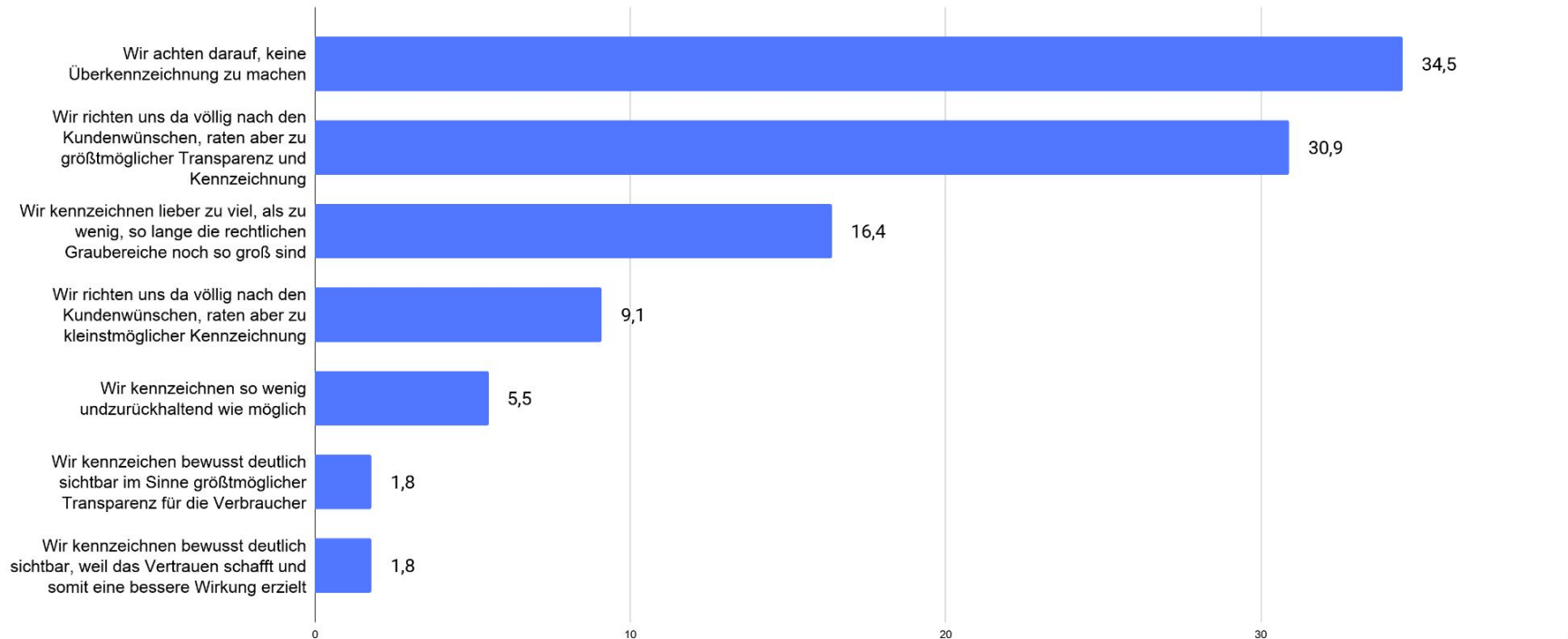
Wird die neue KI-Kennzeichnungspflicht Auswirkungen darauf haben, wie intensiv Ihr Künstliche Intelligenz für Kampagneninhalte künftig einsetzt? (Angaben in Prozent)



Eine deutliche Mehrheit von **85 Prozent** sieht keine Auswirkung auf den Einsatz von KI auf Kampagneninhalte. Ein Verzicht auf KI kommt für die Befragten nicht in Frage.

Überkennzeichnung wollen Agenturen möglichst vermeiden

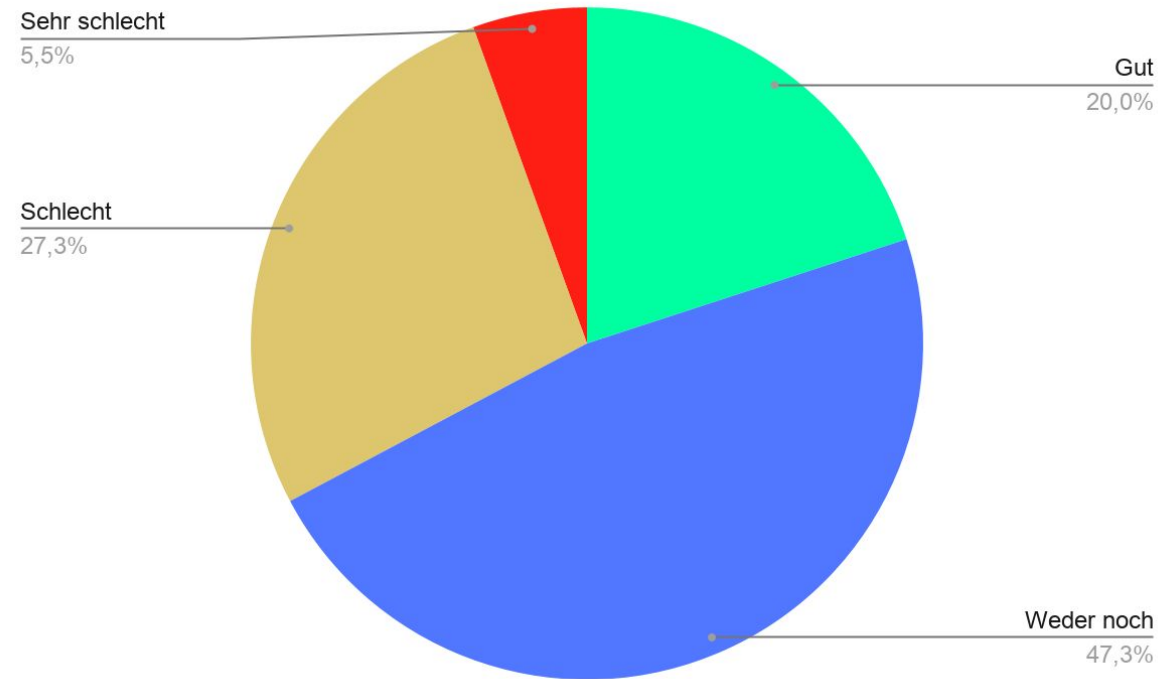
Welche Aussage trifft auf die Handhabung in Deiner Agentur am ehesten zu? (Angaben in Prozent)



Neben der Vermeidung von Überkennzeichnung (**35 Prozent**) achten die Befragten auch auf die Kundenwünsche bei der Handhabung der Kennzeichnungspflicht (**31 Prozent**).

Kunden laut Umfrage nicht gut auf Kennzeichnungspflicht vorbereitet

Wie gut sind Eure KundInnen in den Detailfragen inzwischen auf die KI-Kennzeichnungspflicht vorbereitet? (Angaben in Prozent)



Lediglich **20 Prozent** der Befragten geben an, dass die Kundenseite auf die KI-Kennzeichnungspflicht gut vorbereitet ist.

Kunden erwarten von Agenturen sachkundige Beratung

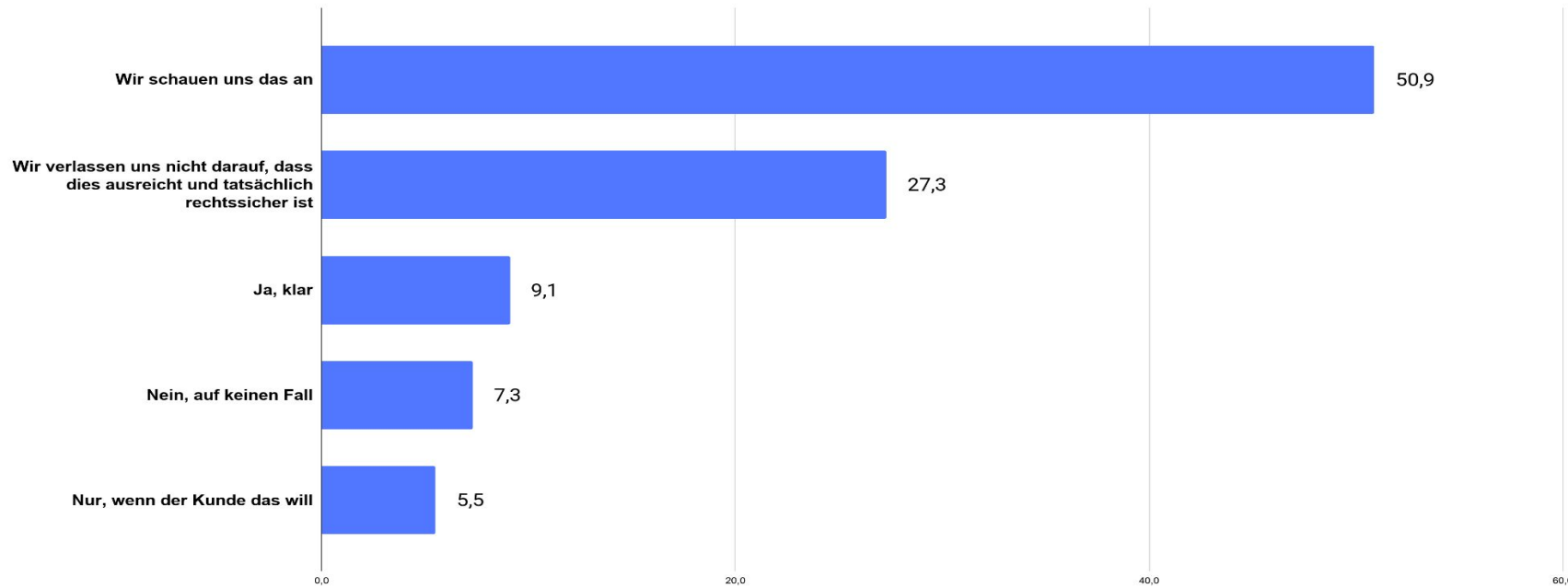
Was erwarten die meisten KundInnen bei diesem Thema von Euch (Mehrfachnennung möglich, Angaben in Prozent)?



80 Prozent der Kunden erwarten sachkundige Beratung, **42 Prozent** wollen wissen, wie es andere Kunden machen.

Skepsis gegenüber Screening Tools von Google und Meta

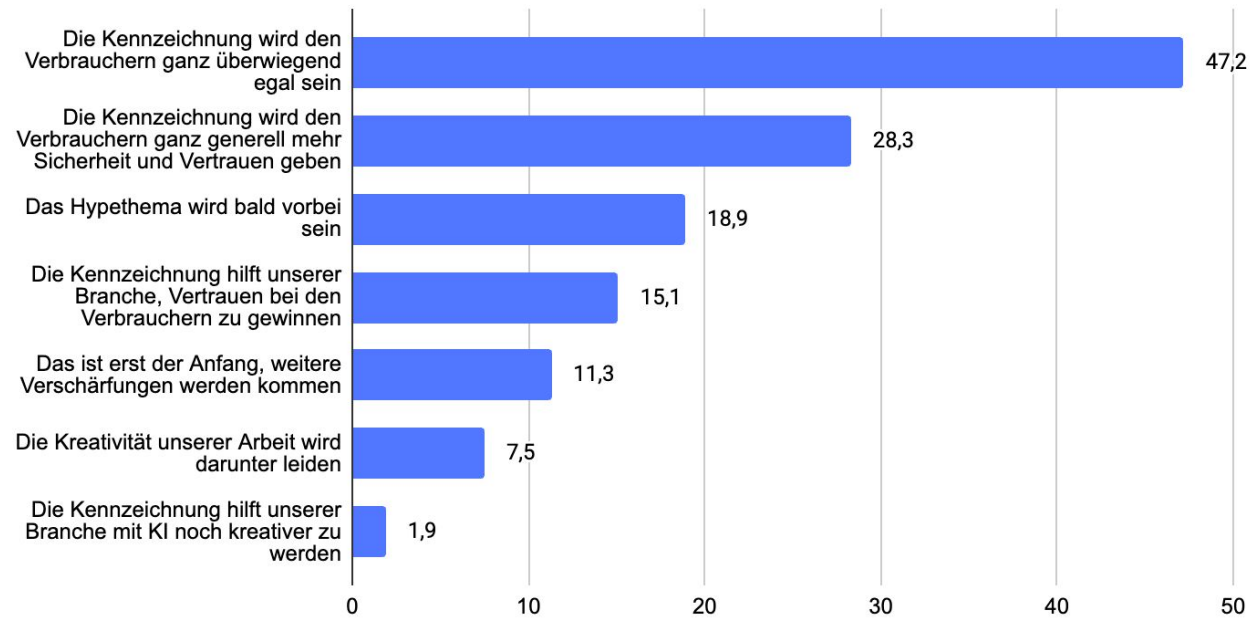
Google und Meta bieten für audiovisuelle Inhalte, die von Agenturen und Werbungtreibenden zur Verfügung gestellt werden, automatische Screenings und KI-Labeling für KI-generierte Inhalte an. Werdet Ihr diese Angebote nutzen? (Angaben in Prozent)



50 Prozent schauen sich automatische Screenings an, **27 Prozent** wollen sich nicht darauf einlassen.

KI-Kennzeichnung wird Verbrauchern schnell egal sein

Wie wird sich die KI-Kennzeichnungspflicht langfristig auf Eure Arbeit auswirken - welche Aussagen treffen auf Deine Meinung am ehesten zu? (Mehrfachnennung möglich, Angaben in Prozent)



66 Prozent glauben, dass die KI-Kennzeichnung VerbraucherInnen bald egal sein wird. Nur **15 Prozent** glauben, dass sie hilft, Vertrauen bei den VerbraucherInnen zu gewinnen.

Ansprechpartnerin

Anja Sturm

Leiterin Kommunikation | Pressesprecherin

Tel: 069 / 256008-29
anja.sturm@gwa.de