

AI-content vermelden: Wat betekenen de verplichtingen vanaf 2 augustus voor adverteerders?

Per 2 augustus 2026 treden de transparantieplichtingen (Artikel 50) van de Europese AI Act officieel in werking. Vanaf die datum moeten merken en adverteerders aan de bak. Maar betekent dit een algemene vermeldplicht voor alle uitingen waar AI aan te pas is gekomen? Nee, zeker niet. In dit artikel zetten we de impact voor adverteerders en de belangrijkste uitzonderingen direct helder op een rij.

Directe impact voor adverteerders (deployers)

Voor de meeste marketingtoepassingen worden adverteerders gezien als deployers: partijen die AI-systemen gebruiken en verantwoordelijk zijn voor de inzet van de output. Voor deployers gaat de wetgeving onherroepelijk in op 2 augustus 2026. Adverteerders zijn vanaf die datum zelf verantwoordelijk voor de transparantie richting de consument bij specifieke vormen van AI-gegenereerde of gemanipuleerde content in consumentencommunicatie.

Doorgaans is geen vermelding nodig bij een puur cosmetisch met AI opgevulde achtergrond of een met ChatGPT geredigeerde social post. Bij beeld, audio en video is bepalend of de content ten onrechte authentiek of waarheidsgetrouw lijkt, gezien de context en het publiek. De twee belangrijkste pijlers zijn:

- **Deepfakes:** AI-gegenereerde of gemanipuleerde afbeeldingen, audio of video's die sterke gelijkenis vertonen met personen, objecten, plaatsen, entiteiten of gebeurtenissen die bestaan of plausibel kunnen of konden bestaan, en die ten onrechte authentiek of waarheidsgetrouw lijken.
- **Teksten over publiek belang:** AI-gegenereerde of gemanipuleerde teksten die gepubliceerd worden met het doel het publiek te informeren over onderwerpen van publiek belang (denk aan politiek, volksgezondheid, klimaat of veiligheid).

Aanbieders van AI-systemen (providers)

Naast adverteerders kent de wet de rol van providers (de partijen die de AI-systemen bouwen en op de markt brengen). Zij dragen de verantwoordelijkheid aan de achterkant: zij moeten zorgen dat de output van AI-systemen een onzichtbare, machineleesbare markering krijgt (watermarking). Voor deze technische inregeling gelden andere, specifieke overgangstermijnen: systemen die al vóór 2 augustus 2026 op de markt waren, krijgen tot 2 december 2026 de tijd om de watermarking op orde te brengen. Systemen die vanaf 2 augustus op de markt komen, moeten direct voldoen.

Checklist: Wanneer wel en wanneer niet vermelden?

Type content/toepassing	Moet dit vermeld worden?	Toelichting/uitzondering
Deepfakes Beeld, audio of video die ten onrechte echt lijkt, maar door AI is gemaakt of gemanipuleerd.	JA	Moet direct zichtbaar of hoorbaar bij de eerste vertoning worden vermeld ("kunstmatig gegenereerd" bijvoorbeeld). Ook de context en de verwachtingen van het publiek tellen mee bij de beoordeling.
Creatieve/satirische deepfakes Bijvoorbeeld overduidelijk fictieve of artistieke uitingen.	JA (soms beperkt)	De vermelding mag het artistieke karakter niet onnodig verstoren. Dit geldt niet voor uitingen die uitsluitend commercieel zijn en als zodanig herkenbaar zijn.
AI-teksten over publiek belang Zonder menselijke eindredactie.	JA	Teksten bedoeld om het publiek te informeren over bijvoorbeeld politiek of zorg moeten een vermelding krijgen.
AI-teksten over publiek belang Met redactionele controle.	NEE	Vermelden hoeft niet als de inhoud zorgvuldig is beoordeeld door iemand met relevante kennis en een persoon of organisatie redactioneel verantwoordelijk is. Alleen spelling of grammatica controleren is onvoldoende.
Commerciële AI-teksten Bijvoorbeeld copy voor social media, productomschrijvingen.	NEE (in principe niet)	Met als uitzondering teksten die het publiek informeren over een onderwerp van publiek belang.
Functionele AI-bewerkingen Bijvoorbeeld AI-vertalingen, tekstcorrectie, opschonen van audio.	NEE (doorgaans)	Zolang de essentie, betekenis of semantiek van de invoer niet wezenlijk verandert en bij beeld of audio geen deepfake ontstaat.
Beeldbewerking als assistentie Bijvoorbeeld 'generative fill' voor achtergronden, retoucheren.	NEE (doorgaans)	Zolang de bewerking de indruk van echtheid of waarheidsgetrouwheid van de reclame en het product niet wezenlijk verandert.

De definitieve Guidelines zijn een feit

Op 20 juli 2026 stelde de Europese Commissie de [definitieve Guidelines](#) voor Artikel 50 vast. Ze geven praktische duiding bij de definities, de reikwijdte en de uitzonderingen, en gelden voor toezichthouders als hét referentiekader.

Ook heeft de Commissie de eerder gepubliceerde [Code of Practice](#) als adequaat beoordeeld. Aansluiten bij de Code is vrijwillig. Organisaties die de Code ondertekenen en toepassen, kunnen de daarin opgenomen maatregelen gebruiken als een door de EU erkende manier om naleving aan te tonen. Dit vormt op zichzelf geen garantie dat aan alle wettelijke verplichtingen is voldaan. Organisaties die niet aansluiten, mogen een eigen aanpak kiezen, maar moeten zelf kunnen onderbouwen dat die aan de wettelijke verplichtingen voldoet.

Bij de beoordeling of AI-gegenereerd of aangepast beeld, audio of video een deepfake is, tellen ook de context en de verwachtingen van het publiek mee. Is een vermelding verplicht? Dan moet die direct bij de eerste vertoning zichtbaar of hoorbaar zijn. Een technisch watermerk of informatie achter een extra klik is niet voldoende.

Voor AI-gegenereerde teksten over onderwerpen van publiek belang is geen vermelding nodig als de inhoud zorgvuldig is beoordeeld door iemand met relevante kennis en een persoon of organisatie redactioneel verantwoordelijk is. Alleen spelling of grammatica controleren is daarvoor onvoldoende. Content die je vóór 2 augustus 2026 met AI hebt gemaakt, hoeft je niet achteraf te labelen. Bij duidelijke deepfakes die daarna worden gepubliceerd, is vrijwillige vermelding wel goede praktijk als dit geen onevenredige inspanning vraagt.

