
AI i Markedsføring

Lovgivning og Etiske Overvejelser

AOF Digital • 2025

Hvorfor er dette vigtigt?

AI revolutionerer markedsføring med personalisering, automatisering og dataanalyse. Men med store muligheder følger også stort ansvar.

Lovgivning

EU AI Act, GDPR og nationale regler sætter rammerne

Etik

Transparens, privatliv og ansvarlig brug af teknologi

Praksis

Konkrete anbefalinger til din virksomhed

EU AI Act – Verdens første AI-lov

EU's forordning om kunstig intelligens (AI Act) trådte i kraft 1. august 2024 og er verdens første omfattende lovgivning om AI.

Hovedformål:

- Sikre troværdig og menneskecentreret AI
- Beskytte sundhed, sikkerhed og rettigheder
- Skabe ensartede regler i hele EU

For markedsføring betyder det krav til transparens, mærkning af AI-genereret indhold og særlige regler for høj-risiko systemer.

Nøgletal

35 mio. €

Maksimal bøde for overtrædelser

2026

Fuld implementering af alle regler

Feb 2025

Krav om AI-kompetencer for medarbejdere

AI Act's risikobaserede tilgang

FORBUDT

Uacceptabel risiko

- Social scoring af borgere
- Skjult manipulation
- Udnyttelse af sårbare
- Biometrisk overvågning

STRENGE KRAV

Høj risiko

- Kritisk infrastruktur
- Uddannelse og ansættelse
- Kreditvurdering
- Retshåndhævelse

TRANSPARENSKRAV

Begrænset risiko

- Chatbots
- AI-genereret indhold
- Deepfakes
- Emotionsgenkendelse

INGEN KRAV

Minimal risiko

- Spamfiltre
- AI i videospil
- Lagerstyring
- Sempel automatisering

Markedsføring: De fleste AI-værktøjer i markedsføring falder under "begrænset risiko" med krav om transparens.

GDPR og AI i markedsføring

Centrale GDPR-principper for AI:

- **Behandlingsgrundlag** – Lovlig grund til databehandling
- **Formålsbegrænsning** – Data kun til det oplyste formål
- **Dataminimering** – Kun nødvendige data indsamles
- **Transparens** – Borgere skal informeres om AI-brug

GDPR Art. 22

Ret til ikke at være genstand for automatiserede beslutninger med væsentlig betydning

Kilder: Datatilsynet, EDPB, Signicat 2025

Det må du IKKE:

- Dele persondata med ChatGPT/offentlige AI
- Bruge AI-profilering uden lovligt grundlag
- Indsamle data uden samtykke til AI-træning
- Bruge følsomme data til personalisering

Sådan gør du det rigtigt:

- Brug databehandleraftaler med AI-leverandører
- Dokumentér AI-processer i fortegnelsen
- Udfør konsekvensanalyser (DPIA) ved høj risiko
- Informér brugere om AI-behandling af data

42,5%

af svindelforsøg i finanssektoren er nu AI-baserede

Etiske overvejelser ved AI i markedsføring

Transparens

Vær åben om brugen af AI. Forbrugere har ret til at vide, når de interagerer med AI eller ser AI-genereret indhold.

Retfærdighed

Undgå bias og diskrimination. AI-algoritmer kan utilsigtet forskelsbehandle baseret på køn, alder eller etnicitet.

Ærlighed

Undgå manipulation. AI må ikke bruges til at vildlede eller udnytte forbrugernes sårbarheder.

Privatliv

Respekter kundernes data. Indsaml kun det nødvendige og vær tydelig om formålet med dataindsamling.

Ansvarlighed

Tag ansvar for AI-beslutninger. Mennesker skal altid kunne gribe ind og korrigere fejl i automatiserede systemer.

Menneskecentrering

AI skal tjene mennesker, ikke omvendt. Teknologien skal forbedre kundeoplevelsen uden at gå på kompromis med værdighed.

Deepfakes – Den voksende trussel

Deepfakes er AI-genereret indhold der efterligner virkelige personer. Teknologien misbruges til svindel, misinformation og manipulation.

Risici for virksomheder:

- CEO-fraud – falske videoer af ledere
- Brand-skade fra falske anbefalinger
- Svindel ved kundeidentifikation
- Misinformation i sociale medier

Dansk lovgivning på vej:

Et nyt lovforslag fra juli 2025 vil indføre beskyttelse mod deepfakes i ophavsretsloven.

2137%

Stigning i deepfake-svindel på 3 år

Beskyt din virksomhed:

- Træn medarbejdere i at genkende deepfakes
- Verificer altid ekstraordinære anmodninger
- Brug multi-faktor autentificering

Krav om transparens og mærkning

AI Act kræver at brugere informeres, når de interagerer med AI eller ser AI-genereret indhold. Dette gælder særligt for markedsføring.



Chatbots

Brugere skal vide, at de kommunikerer med en maskine, så de kan træffe informerede valg



Tekst

Tekst skabt til at informere offentligheden skal mærkes, hvis det er AI-genereret



AI-billeder

AI-genererede billeder skal mærkes tydeligt, særligt hvis de kunne forveksles med virkelighed



Deepfakes

Manipulerede videoer og lyd skal tydeligt og synligt mærkes som kunstigt skabt

Content Credentials

Microsoft og andre techvirksomheder har udviklet "Content Credentials" – digitale certifikater der viser:

- ✓ Hvem skabte indholdet
- ✓ Om AI var involveret
- ✓ Hvordan indholdet er ændret
- ✓ Datoen for oprettelse

Transparensreglerne træder i kraft august 2026

Opsummering

EU AI Act

Risikobaseret regulering med
krav om transparens

GDPR

Beskyttelse af persondata ved
AI-behandling

Etik

Ansvarlig brug sikrer tillid og
værdi

AI er et kraftfuldt værktøj i markedsføring – brug det ansvarligt, transparent og i
overensstemmelse med lovgivningen.