

KI sicher im Praxisalltag nutzen

EU AI Act 2026

Schulungsleitfaden für Arztpraxen,
medizinische Zentren und
Praxismarketing

Was darf KI? Wo liegen typische Fehler?
Wann müssen Inhalte geprüft oder
gekennzeichnet werden?

Dieses Whitepaper übersetzt die für den
Praxis- und Marketingalltag wichtigsten
Regeln des EU AI Act in konkrete
Arbeitsregeln für Mitarbeitende.



PRAXIS / UNTERNEHMEN



SCHULUNG
DURCHGEFÜHRT AM



SCHULUNGS-
VERANTWORTLICH



VERSION
August 2026

Die 8 Module der Schulung



1.

Was KI kann – und was nicht



5.

KI-Chatbots und Transparenz



2.

Halluzinationen und falsche Aussagen



6.

Verbotene Anwendungen



3.

Welche Inhalte müssen geprüft werden?



7.

Besonderheiten bei medizinischen Inhalten



4.

Deepfakes und Kennzeichnung



8.

Interner Freigabeprozess



RECHTSGRUNDLAGE IM HINTERGRUND

Für den normalen Praxis- und Contentalltag besonders wichtig sind vor allem Art. 2 und 3 (Anwendungsbereich und Rollen), Art. 4 (KI-Kompetenz), Art. 5 (verbotene Praktiken), Art. 6 und Anhang III (Hochrisiko-Abgrenzung), Art. 50 (Transparenz), Art. 99 (Sanktionen), Art. 111 (Übergangsregeln) und Art. 113 (Geltungsbeginn).



TEIL 1:

Was KI kann – und was nicht

**Ziel dieses Teils:**

Mitarbeitende sollen KI als leistungsfähiges Werkzeug nutzen, ohne ihre Ausgaben mit geprüften Fakten oder menschlicher Entscheidung gleichzusetzen.

WAS KI IM PRAXIS- UND MARKETINGALLTAG GUT UNTERSTÜTZEN KANN

- erste Entwürfe für Social-Media-Posts, Blogartikel, Newsletter und Website-Texte erstellen



- Überschriften, FAQs, Meta-Descriptions und AEO-Fragen vorschlagen



- bestehende Texte umformulieren, strukturieren, kürzen oder sprachlich vereinfachen



- Ideen für Bildmotive, Reels, Videos oder Kampagnen entwickeln



- Übersetzungsentwürfe erstellen



- Informationen strukturieren und Recherchefragen vorbereiten



- aus vorhandenen, freigegebenen Informationen verschiedene Contentformate ableiten

**FAUSTREGEL:**

**Bevor Sie KI verwenden:
Patientendaten schützen**

Geben Sie Patient:innen- oder Gesundheitsdaten nicht eigenständig in externe KI-Tools ein.

Patientendaten dürfen nur mit einem KI-System verarbeitet werden, wenn die Praxis diesen konkreten Einsatz **geprüft und ausdrücklich freigegeben hat**.

Wichtig: Diese Regel ergibt sich nicht allein aus dem EU AI Act. Bei Patient:innen- und Gesundheitsdaten sind insbesondere Datenschutzrecht/ DSGVO und ärztliche Verschwiegenheitspflichten zusätzlich zu beachten.

TEIL 1/2

Was KI nicht automatisch kann



01

garantieren, dass
medizinische Aussagen
richtig, aktuell oder
vollständig sind



02

automatisch erkennen,
welche Aussage
rechtlich zulässig ist



03

wissen, welche
Praxisinformationen
intern freigegeben sind



04

die fachliche
Verantwortung eines
Menschen übernehmen



05

beurteilen, ob ein KI-Bild
oder KI-Video in jedem
konkreten Fall
kennzeichnungspflichtig ist



06

aus dem bloßen Einsatz
im Gesundheitsbereich
automatisch erkennen,
ob ein System
Hochrisiko-KI ist



PRAXISFALL

ChatGPT schreibt einen Instagram-Post zur Faltenbehandlung

Die KI liefert einen sprachlich überzeugenden Text. Das bedeutet nicht, dass Behandlungsdauer, Wirkung, Kontraindikationen oder Erfolgsversprechen stimmen. Der Text ist ein Arbeitsentwurf – keine freigegebene medizinische Veröffentlichung.



Was wir konkret tun: KI-Ausgaben werden intern als Entwurf behandelt, bis die vorgesehene Prüfung abgeschlossen ist.

TEIL 2:

Halluzinationen und falsche Aussagen

Halluzination ist ein gebräuchlicher Begriff dafür, dass ein generatives KI-System überzeugend klingende Informationen erzeugt, die falsch, erfunden, veraltet oder nicht durch die angegebene Quelle gedeckt sind.

TYPISCHE FEHLER IM MEDIZINISCHEN MARKETING

- erfundene Studien oder falsche Studienergebnisse
- nicht belegte Prozentzahlen und Erfolgsquoten
- falsche Heilungs- oder Ausfallzeiten
- erfundene Zulassungen, Fachgesellschaften oder Leitlinien
- ausgedachte Kontraindikationen oder fehlende wichtige Einschränkungen
- falsche Orts-, Preis-, Termin- oder Leistungsinformationen einer Praxis
- eine reale Quelle wird genannt, aber die behauptete Aussage steht dort nicht



BEISPIEL

Die KI schreibt: „Die Behandlung wirkt bei 95 % der Patienten bereits nach drei Tagen.“

Der Satz klingt präzise – ist aber ohne geprüfte Quelle wertlos. Gerade Zahlen und konkrete Wirkversprechen sind ein Warnsignal.

UNSERE ARBEITSREGEL

	Zahl / Prozent / Frist	→	Quelle prüfen
	medizinische Wirkung	→	fachlich prüfen
	Studie / Leitlinie	→	Originalquelle prüfen
	Praxisfakt	→	mit freigegebenen Praxisdaten abgleichen
	Zitat	→	Wortlaut und Quelle prüfen



ANDERES RECHTSGEBIET / SOLLTE

Der AI Act schreibt nicht pauschal vor, dass jede medizinische KI-Aussage durch eine Ärztin oder einen Arzt geprüft werden muss. Eine fachliche Prüfung kann trotzdem aus Qualitätsgründen oder aufgrund anderer Rechtsvorschriften erforderlich bzw. sinnvoll sein.

TEIL 3:

Welche Inhalte müssen geprüft werden?

DIE EINFACHE AMPELREGEL

	GRÜN	sprachliche Unterstützung	Grammatik, Kürzung, Tonalität, Varianten – trotzdem Endkontrolle
	GELB	faktischer oder medizinischer Inhalt	Zahlen, Wirkung, Risiken, Studien, Aussagen über Behandlungen – gezielt prüfen
	ROT	Entscheidung über Menschen oder sensible KI-Funktion	Bewertung, Priorisierung, Bewerberfilterung, Emotion/Biometrie – gesonderte AI-Act-Prüfung

WARUM TEXTE ÜBER ÖFFENTLICHES INTERESSE BESONDERS RELEVANT SIND

Art. 50 Abs. 4 sieht für Betreiber eine Offenlegungspflicht vor, wenn ein KI-System Text erzeugt oder manipuliert, der veröffentlicht wird, um die Öffentlichkeit über Angelegenheiten von öffentlichem Interesse zu informieren.

Die Pflicht entfällt jedoch, wenn der KI-Inhalt menschlich überprüft oder redaktionell kontrolliert wurde und eine natürliche oder juristische Person die redaktionelle Verantwortung für die Veröffentlichung trägt.

**NUR WENN · ART. 50 ABS. 4:**

Wer sich auf diese Ausnahme beruft, muss KI-generierte Texte **inhaltlich prüfen** und **redaktionell bearbeiten**.

Eine reine Kontrolle von Rechtschreibung oder Grammatik **reicht nicht aus**.

**PRAXISFALL: MEDIZINISCHER BLOG****„Was hilft bei Rosazea?“**

Die KI erstellt den Entwurf. Ein Mitarbeiter prüft Inhalt und Quellen, medizinische Aussagen werden fachlich kontrolliert und der Text wird freigegeben.

Dann kann die Kennzeichnung als KI-Text entfallen.



TEIL 4:

Deepfakes und Kennzeichnung



Deepfake nach Art. 3: ein durch KI erzeugter oder manipulierter Bild-, Ton- oder Videoinhalt, der wirklichen Personen, Gegenständen, Orten, Einrichtungen oder Ereignissen ähnelt und fälschlicherweise als echt oder wahrheitsgemäß erscheinen lässt, **ist kennzeichnungspflichtig.**



Technische Kennzeichnung ≠ sichtbare Kennzeichnung
Der AI Act unterscheidet zwischen **zwei verschiedenen Verantwortlichkeiten:**



Anbieter des KI-Systems

Technische Kennzeichnung:
Nach Art. 50 Abs. 2 müssen Anbieter dafür sorgen, dass KI-generierte bzw. -manipulierte Audio-, Bild-, Video- und Textinhalte **maschinenlesbar erkennbar** sind.



Praxis / Nutzer des KI-Systems

Sichtbare Information:
Die Praxis muss nicht jedes KI-Bild oder KI-Video pauschal sichtbar kennzeichnen. Eine eigene Offenlegungspflicht entsteht insbesondere dann, wenn sie einen **Deepfake veröffentlicht** (Art. 50 Abs. 4).



Wann muss ich KI-generierte Inhalte sichtbar beschriften?

Kurzcheck nach Art. 3 und Art. 50 Abs. 4.
ABLAUF: NEIN → Keine Deepfake-Kennzeichnung erforderlich.
JA → Weiter zur nächsten Frage.

Prüffrage		Ja	Nein
1.	Wurde Bild, Video oder Ton mit KI erzeugt oder manipuliert?	☐	☐
2.	Wird etwas Reales nachgebildet oder verändert? z. B. eine echte Person, Stimme, Praxis, ein Ort oder Ereignis	☐	☐
3.	Könnte der Inhalt für echt gehalten werden?	☐	☐



Merksatz:
3x JA = KI Kennzeichnung erforderlich



TEIL 5:

KI-Chatbots und Transparenz

Art. 50 Abs. 1 betrifft KI-Systeme, die zur direkten Interaktion mit natürlichen Personen bestimmt sind. Menschen müssen grundsätzlich darüber informiert werden, dass sie mit einem KI-System interagieren – außer dies ist aufgrund von Umständen und Kontext ohnehin offensichtlich.

**MUSS · Art. 50 Abs. 1 und 5**

Die Information muss spätestens bei der ersten Interaktion bzw. Exposition klar und eindeutig erfolgen.

SCHLECHT VS. BESSER**Schlecht**

„Hallo, ich bin Julia vom Empfang.“
(Tatsächlich antwortet nur eine KI.)

**Besser**

„Hallo, ich bin der digitale KI-Assistent der Praxis. Ich helfe bei allgemeinen Fragen.“

**WAS EIN PRAXIS-CHATBOT INTERN AUSSERDEM BRAUCHT**

- klar definierte Aufgaben: z. B. Öffnungszeiten, Leistungen, Wegbeschreibung, allgemeine organisatorische Fragen
- Eskalationsregel: Wann muss ein Mensch übernehmen?
- keine Vermischung mit einer realen Mitarbeiteridentität
- bei Verarbeitung von Patienten- oder Gesundheitsdaten zusätzliche Prüfung anderer Rechtsbereiche

**ANDERES RECHTSGEBIET**

Datenschutz, Patientendaten und ärztliche Beratung sind nicht allein durch Art. 50 geregelt. Hier können zusätzlich andere rechtliche Vorgaben relevant sein.

TEIL 6:

Verbotene Anwendungen

Artikel 5 ist die **rote Linie** des AI Act.

Wenn eine konkrete Anwendung unter ein Verbot fällt, lässt sich das Problem nicht einfach durch einen Disclaimer lösen.

FÜR PRAXEN UND MARKETING BESONDERS IM BLICK BEHALTEN



- KI, die absichtlich manipulative oder täuschende Techniken einsetzt und dadurch fundierte Entscheidungen erheblich beeinträchtigt, wenn erheblicher Schaden entsteht oder wahrscheinlich entsteht
- KI, die besondere Schutzbedürftigkeit aufgrund von Alter, Behinderung oder bestimmter sozialer bzw. wirtschaftlicher Situation in schädigender Weise ausnutzt
- bestimmte Social-Scoring-Systeme
- ungezieltes Auslesen von Gesichtsbildern aus Internet oder Videoüberwachung zum Aufbau/Erweitern von Gesichtserkennungsdatenbanken
- bestimmte Emotionserkennung am Arbeitsplatz oder in Bildungseinrichtungen
- bestimmte biometrische Kategorisierungen nach sensiblen Merkmalen



Der interne STOP-Check

Nicht einfach aktivieren, wenn ein Tool Menschen analysiert

Sobald ein KI-Tool verspricht, Menschen psychologisch zu bewerten, Emotionen zu erkennen, Schwächen auszunutzen, biometrische Eigenschaften abzuleiten oder Personen zu scoren, wird der Einsatz vor Freigabe gesondert geprüft.



MUSS

Eine tatsächlich unter Art. 5 fallende verbotene KI-Praktik darf nicht eingesetzt werden.

TEIL 7:

Was ist Hochrisiko-KI – und betrifft das Arztpraxen?

Der AI Act unterscheidet KI-Systeme danach, wofür sie eingesetzt werden und welches Risiko damit verbunden ist.

Als Hochrisiko-KI bezeichnet der AI Act bestimmte KI-Systeme, deren Einsatz erhebliche Auswirkungen auf die Gesundheit, Sicherheit oder Grundrechte von Menschen haben kann. Für solche Systeme gelten deshalb besonders strenge Anforderungen.

EINORDNUNG TYPISCHER KI-ANWENDUNGEN IM MARKETING- UND PRAXISUMFELD.

Beispiel	Einordnung
KI schreibt einen Blog über Zahnimplantate	Keine Hochrisiko-KI allein aufgrund dieses Einsatzes
KI erstellt eine Patienten-FAQ	Keine Hochrisiko-KI allein aufgrund dieses Einsatzes
KI übersetzt die Praxiswebsite	Keine Hochrisiko-KI allein aufgrund dieses Einsatzes
KI bewertet Bewerber:innen	Hochrisiko-KI kann vorliegen – prüfen
KI stuft Patient:innen in der Notfallversorgung nach Dringlichkeit ein	Hochrisiko-KI kann vorliegen – prüfen



UNSERE PRAXISREGEL

Content erstellen ist nicht dasselbe wie Menschen bewerten
Sobald eine KI nicht mehr nur Inhalte erstellt, sondern Patient:innen, Mitarbeitende oder Bewerber bewertet, sortiert, priorisiert oder Entscheidungen über sie beeinflusst, stoppen wir den normalen Workflow und prüfen den Einsatz gesondert.

TEIL 8:

Interner Freigabeprozess



ZIEL

Einen klaren Workflow schaffen, der sicherstellt, dass jede KI-unterstützte Ausgabe vor der Veröffentlichung redaktionell geprüft und die für den konkreten Einsatz relevanten Anforderungen des EU AI Act berücksichtigt werden.

UNSER 7-SCHRITTE-PROZESS

	1 KI-Einsatz einordnen	Was wurde mit KI erstellt oder bearbeitet: Text, Bild, Video, Audio oder interaktiver Inhalt? Wie wurde KI eingesetzt?
	2 Inhalt und Risiko einordnen	Enthält der Output Fakten, medizinische Aussagen, reale Personen, sensible Inhalte oder wird KI für eine Bewertung bzw. Entscheidung über Menschen eingesetzt? Bei möglichen Hochrisiko-Anwendungen: nicht einfach im normalen Content-Workflow fortfahren, sondern gesondert prüfen.
	3 Redaktionell prüfen	Jede KI-Ausgabe wird vor Verwendung kontrolliert. Stimmen Inhalt, Sprache, Kontext und Aussage? Gibt es erfundene, missverständliche oder unpassende Inhalte?
	4 Fakten und Quellen prüfen	Zahlen, Studien, medizinische Aussagen, Zitate, Praxisinformationen und andere überprüfbare Angaben mit geeigneten Quellen bzw. Originalinformationen abgleichen.
	5 Fachliche Freigabe einholen	Medizinische oder andere fachlich sensible Aussagen werden – wenn erforderlich oder intern vorgesehen – von einer geeigneten Person geprüft und freigegeben.
	6 AI-Act-Kennzeichnung prüfen	Muss der konkrete Inhalt oder KI-Einsatz nach Art. 50 gekennzeichnet bzw. offengelegt werden? Insbesondere prüfen: direkte KI-Interaktion, synthetische/manipulierte Bild-, Audio- oder Videoinhalte (einschließlich Deepfakes) sowie relevante KI-generierte oder -manipulierte Texte.
	7 Final freigeben & veröffentlichen	Verantwortliche Person führt den abschließenden Check durch. Erst wenn redaktionelle Prüfung, erforderliche fachliche Freigabe und Kennzeichnungsprüfung abgeschlossen sind, wird veröffentlicht.

Wissen teilen. Gemeinsam besser werden.

'DP



Die Digital Praxis ist die spezialisierte
Praxismarketingagentur für Ärzt:innen.

Seit vielen Jahren unterstützen wir Arztpraxen
im gesamten DACH-Raum dabei, digital sichtbar
zu werden, neue Patient:innen zu gewinnen und
nachhaltig zu wachsen.

Aus der täglichen Arbeit mit zahlreichen Arztpraxen
entsteht Wissen, das über einzelne Projekte
hinaus wertvoll ist.

**Wir von der Digital Praxis geben das Wissen
bewusst weiter.**

Diese Schulung greift aktuelle Entwicklungen auf,
übersetzt komplexe Themen in den Praxisalltag und stellt
**konkretes, verständliches und direkt anwendbares
Wissen zur Verfügung.**



120+

betreute Arztpraxen

in unterschiedlichsten
Fachrichtungen
im DACH-Raum



50+

Websites erstellt

mit Fokus auf
Patientengewinnung,
Sichtbarkeit und
Benutzerfreundlichkeit



10 Jahre

Spezialisierung

auf Praxismarketing
und digitale
Patientenkommunikation



500+

Google-Ads-Kampagnen

erfolgreich umgesetzt
in 10 Jahren – für mehr
Sichtbarkeit und Anfragen

