

Antrag 275/I/2025**Forum Netzpolitik****Der Landesparteitag möge beschließen:****Der Bundesparteitag möge beschließen:****Schleichwerbung bei der Nutzung von KI-Sprachmodellen verhindern**

1 Es ist gesetzlich sicherzustellen, dass auf Sprachmodellen
2 basierende Chatbots gesponsorte Inhalte transparent als
3 solche kennzeichnen. Dies schließt die Nutzung gespon-
4 sorter Trainingsdaten ein. Dabei ist zugleich sicherzustel-
5 len, dass die Transparenzpflicht sich auf tatsächlich ge-
6 sponsorte Inhalte bezieht, und nicht als allgemeine Pflicht
7 verstanden wird, darzulegen, warum welcher kommerzi-
8 ell relevante Inhalt angezeigt wird.

9

9 Begründung

10 Im analogen wie im digitalen Raum ist Schleichwerbung
11 gesetzlich untersagt. Dabei ist unter Schleichwerbung ei-
12 ne kommerziell motivierte Hervorhebung von Produkten
13 oder Dienstleistungen zu verstehen, die jedoch nicht als
14 solche gekennzeichnet ist. Ein bekanntes Beispiel für die-
15 ses Verbot sind Youtube-Videos von Influencern, in de-
16 nen gesponsorte Inhalte als solche erkenntlich zu machen
17 sind. Ähnlich verhält es sich auch bei Vergleichspattfor-
18 men. Bisher gibt es eine solche Regelung bei auf Sprach-
19 modellen („Künstliche Intelligenz“) basierenden Chatbots
20 wie ChatGPT dagegen nicht. Da Chatbots zunehmend ver-
21 wendet werden, um über Produkte und Dienstleistungen
22 zu informieren, ist eine Kennzeichnung gesponsorter In-
23 halte grundlegend für eine informierte Entscheidungsfin-
24 dung der Konsument:innen.

25

26 Ihrem Wesen nach ist bei Sprachmodellen i.d.R. nicht ein-
27 deutig nachvollziehbar, warum auf eine bestimmte Abfra-
28 ge eine bestimmte Antwort gegeben wurde. Die Flexibili-
29 tät bei der Beantwortung von Fragen ist nur mit einer ge-
30 wissen Unvorhersagbarkeit möglich, und dies ist auch ur-
31 sächlich dafür, dass sich der Begriff der „Künstlichen Intel-
32 ligenz“ dafür eingebürgert hat. Es ist somit nie komplett
33 transparent darstellbar, welche Inhalte in einer bestim-
34 mten Antwort warum erscheinen. Aus dieser Funktionswei-
35 se ergibt sich jedoch nicht, dass bestimmte Antworten
36 nicht auch durch manuellen Eingriff bevorzugt oder Inhal-
37 te explizit ausgeschlossen werden können. Aus verschie-
38 denen Gründen sind Sprachmodelle bereits jetzt mode-
39 liert. Es ist technisch durchaus möglich, für die Abfrage
40 z.B. nach einer Produktkategorie ein bestimmtes Produkt
41 gegenüber anderen zu bevorzugen. Darüber hinaus kann
42 auch die Datenbasis selbst, mit der das Sprachmodell tra-
43 niert wird, in eine bestimmte Richtung gesteuert werden.
44 Sollten solche Maßnahmen in kommerzieller Absicht er-
45 folgen und nicht als solche gekennzeichnet sein, würde
46 dies Schleichwerbung darstellen.

Empfehlung der Antragskommission**Annahme (Konsens)**