

Antrag 275/I/2025**Forum Netzpolitik****Der Landesparteitag möge beschließen:****Der Bundesparteitag möge beschließen:****Empfehlung der Antragskommission****Annahme (Konsens)****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.

Begründung

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

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