

Anlegerschutz | Konsumentenkredit | Versicherung | private Altersvorsorge |  
Verbraucherinsolvenz | Verbraucherschutz

**Herausgeberinnen und Herausgeber:** Sascha Borowski, Rechtsanwalt, Düsseldorf; Prof. Dr. Christoph Brömmelmeyer, Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder); Prof. Dr. Tobias Brönneke, Hochschule Pforzheim; Prof. Dr. Dörte Busch, Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin; Prof. Dr. Martin Ebers, Universität Tartu, Estland; RA Prof. Dr. Stefan Ernst, Rechtsanwalt, Freiburg; Prof. Dr. Claire Feldhusen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg; RA Dr. Carsten Föhlich, Trusted Shops GmbH, Köln; Jutta Gurkmann, Verbraucherzentrale Bundesverband, Berlin; Prof. Dr. Axel Halfmeier, Leuphana Universität Lüneburg; Dr. Günter Hörmann, Rechtsanwalt, Hamburg; Prof. Dr. Wolfhard Kohte, Universität Halle-Wittenberg; Prof. Dr. Ulrich Krüger, Hochschule Bremen; Arne Maier, Rechtsanwalt, Esslingen; Dr. Rainer Metz, Krefeld; Prof. Dr. Peter Rott, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg; Dr. h.c. Wilhelm Schluckebier, Versicherungsombudsmann, Berlin; Prof. Dr. Martin Schmidt-Kessel, Universität Bayreuth; Prof. Dr. Hans-Peter Schwintowski, Humboldt-Universität Berlin; Prof. Dr. Astrid Stadler, Universität Konstanz; Prof. Dr. Marina Tamm, Hochschule Neubrandenburg; Dr. Achim Tiffe, Rechtsanwalt, Hamburg; Prof. Dr. Klaus Tonner, Universität Rostock; Prof. Dr. Franziska Weber, Universität Rotterdam

**Geschäftsführende Herausgeber:** Prof. Dr. Peter Rott (V.i.S.d.P.), Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, und RA Arne Maier, Esslingen

## EDITORIAL

### Der Turing-Test im Verbraucherschutz

RA Prof. Dr. Stefan Ernst, Freiburg/Br.



RA Prof. Dr. Stefan Ernst, Freiburg/Br.

Alan Turing (1912-1954) war ein bemerkenswerter britischer Mathematiker und ein wichtiger Protagonist in der Entstehung der Computerentwicklung und der Informatik. Von ihm stammt der berühmte „Turing-Test“. Was ist der Turing Test? Man könnte ihn als ein Verfahren bezeichnen, um „intelligente Maschinen“ zu identifizieren. Dabei kommuniziert ein Mensch über eine Tastatur mit einem Gegenüber, ohne zu wissen, ob es sich um einen anderen Menschen

oder um eine Maschine handelt. Kann er die Maschine als solche nicht erkennen, ist der Turing-Test „bestanden“. In der Tat ist diese Hürde also auch für eine „simulierte Intelligenz“ ohne Weiteres zu nehmen.

So ist es denn kein Zufall, dass der Alan Turing in Form eines Biopic zeigende Film (gespielt von B. Cumberbatch) über die Entschlüsselung der Enigma den Namen „Imitation Game“ trägt. Während frühe Systeme wie „Eliza“ (1966 als Imitation eines Psychiaters von J. Weizenbaum entwickelt) relativ schnell

als Maschine zu erkennen waren, sind moderne GPAI-Systeme (General Purpose Artificial Intelligence) gerade deshalb so erfolgreich, weil sie zuweilen sogar völlig fehlerfrei kommunizieren können. Der Erfolg von ChatGPT & Co hängt an der Tatsache, dass sie „sprechen“ können, auch wenn diese Leistung allein darauf zurückzuführen ist, dass sie dies nicht als Sprache lernen, sondern über das jeweils typischerweise folgende Wort praktizieren. Letztlich könnte man sie demnach ohne Weiteres auch als „stochastische Papageien“ bezeichnen.

Diese Bots sind aber ungeachtet dessen auch als „echte“ Gesprächspartner geeignet und im Einsatz erfolgreich. Dabei wird dies in der Praxis zuweilen offengelegt, des Öfteren aber auch nicht. Der mit diesen kommunizierende Mensch weiß also nicht, wer oder was ihm gegenüber schreibt. Die Erfolge derartiger Bots in Service und Verkauf hängen offenbar auch gerade daran, dass der (potentielle) Kunde sie für einen menschlichen Chatpartner hält. Ein guter Bot soll mittlerweile einen erfahrenen Mitarbeiter im Service ohne Weiteres ersetzen können, während er genauso gut vier Anfänger übertreffen soll (Prange WRP 2024, 151 Rn. 17). Wird allerdings offenbart, dass es sich um einen Bot handelt, so soll der Verkaufserfolg auf ein Viertel zusammenschnurren (ebd.).

Besonders viel Lesefreude erzeugt Emily Pellegrini (ausf. dazu [www.nzz.ch/nzzas/nzz-am-sonntag/ein-chat-mit-dem-ki-model-](http://www.nzz.ch/nzzas/nzz-am-sonntag/ein-chat-mit-dem-ki-model-)

emily-pellegrini-und-einige-ethische-fragen-ld.1774176). Es handelt sich um eine blendend schöne 23-jährige italienische Studentin mit diversen Social Media-Profilen, einer sechsstelligen Zahl von Followern und einem Einkommen von EUR 10.000 im Monat. Ein deutscher Fußballprofi hat sich im Chat mit ihr augenscheinlich bis zur Blamage um ein persönliches Date bemüht. Dabei sind die Chats mit ihr unkompliziert, fröhlich, offenbar auch simpel und der Gesprächspartner wird von Beginn an mit „love“ oder „babe“ angesprochen. Dass die „Fotos“ und „Filme“ von ihr durchweg AI-generiert sind und alle Dialoge von einer solchen geführt werden, haben die meisten Nutzer wohl – wenn überhaupt – erst sehr spät erfahren.

Und da stellt sich eine interessante Rechtsfrage: Verstößt Emily Pellegrini (oder vielmehr ihr „Betreiber“) durch die fehlende Offenlegung („Hehe, natürlich bin ich echt, Babe. Warum fragst Du?“) womöglich gegen das Lauterkeitsrecht? Immerhin findet sich in § 5a UWG eine auf Art. 7 UGP-Richtlinie zurückgehende Kennzeichnungspflicht. Unlauter handelt hiernach, wer einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält oder den kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung nicht kenntlich macht.

Hier ist viel Raum für Streitgespräche. Sofern die testosterongesteuerten Chatpartner, die sie zum Date überreden oder ihre Videos ansehen wollen, für diese Aktionen bezahlen, darüber mag man nachdenken. Doch auf Instagram zahlt der gewöhnliche Nutzer nicht, sondern das Angebot finanziert sich über Werbung, die wiederum von dritten Unternehmen bezahlt wird. Wenn aber der getäuschte User nicht bezahlt, stellt sich die Frage nach der Relevanz. Die Werbetreibenden bekommen ohnehin exakt das, was sie wollen und wofür sie bezahlen, nämlich ein großes Auditorium für ihre Einblendungen. Ob die Protagonistin „echt“ ist, dürfte ihnen gleichgültig sein. Und genügt es, wenn Emily durch ihre Äußerungen die Kaufbereitschaft ihrer Follower steigert, um allein aus der Tatsache, dass es sich bei ihr nicht um eine menschliche Kunstfigur handelt (wie bei den meisten Influencern), sondern tatsächlich um eine wirklich künstliche Figur, eine lauterkeitsrechtlich relevante Täuschung durch Unterlassen der Offenlegung herzuleiten? *Sosnitza* (in: Ohly/Sosnitza, UWG, 8. Aufl. 2023, § 5a Rn. 104) würde vermutlich sofort bejahen (ebenso Prange WRP 2024, 151 Rn. 84 und be-

reits Köbrich/Froitzheim WRP 2017, 1188). Beim oben erwähnten künstlichen Servicemitarbeiter tut er dies bereits (ebd.). Zu denken wäre auch an § 18 Abs. 3 MStV iVm § 3a UWG. Die Diskussion sei eröffnet, einschließlich der Frage, ob die letztliche Endfassung des neuen AI Acts die Beantwortung dieser Frage in die eine oder andere Richtung beeinflussen könnte.

Dass Menschen nach Kunstfiguren süchtig werden können, ist ebenfalls nicht neu. Das Schwärmen für einen Popstar ist so anders nicht, als wenn die Interaktion mit einem Bot zu einer suchtmäßigen Abhängigkeit führt. Die scheinbar persönliche Ansprache nimmt lediglich zu. Und soll dann den Betreiber eine Pflicht treffen, das Suchpotential ihrer Kunstfiguren wiederum artifiziell zu senken, um dem entgegenzuwirken? Wir neigen dazu, auch ein elektronisches Gegenüber zu vermenschlichen. Der Umgang mit Sprachassistenten zeigt dies – manche Zeitgenossen beschimpfen sie, andere behandeln sie ausgesprochen höflich. Dabei wissen Alexa oder Siri beides nicht in die eine oder die andere Richtung zu goutieren.

Es geht ja noch weiter, wenn die Geräte mit uns zu sprechen beginnen. Knatternde, blechartige Roboterstimmen wurden schon jetzt erfolgreich durch angenehme (meist weibliche) Intonationen ersetzt, die zur Steigerung ihrer Authentizität auch mal ein „äh“ oder „mmh“ in den Redefluss einbauen. Die Geräte nutzen Phrasen, die Menschlichkeit suggerieren sollen. Insofern sind sie nicht anders als Fremdenführer, die schlechte Sprachkenntnisse durch auswendig gelernte Scherze und vorgefertigte Antworten zu verschleiern wissen. Die Schwäche der menschlichen Erfahrung liegt in der Faustregel, dass wir annehmen, verstanden worden zu sein, wenn wir auf eine Frage eine vernünftige (oder vernünftig klingende) Antwort bekommen. Ob dahinter jetzt aber tatsächlich eine Intelligenz steckt oder es nur so aussieht, wird zunehmend unklar. Während der Mensch in Sachen Kraft, Ausdauer oder Rechengeschwindigkeit gegenüber Maschinen nie wirklich eine Chance hatte, war ihm zumindest die Sprache bislang allein vorbehalten. Das ändert sich gerade. Der Mensch möge sich aber nicht davon verführen lassen, an das Vorhandensein einer Seele oder gar Persönlichkeit in der so elaboriert sprechenden Technik zu glauben. Doch ist es wettbewerbswidrig, diesen Irrtum zu verschweigen oder gar noch zu befördern? Wir leben in interessanten Zeiten.