

Neue Herausforderungen im Konsument:innenenschutz durch KI

Erich Prem, Universität Wien und Verein für digitalen Humanismus

Ausgangslage

1. Durch die Digitalisierung werden Produkte in Richtung von Dienstleistungen verschoben (z.B. von der CD zum Streamingdienst), die oft über das Internet erbracht werden. Viele physische Produkte (z.B. KFZ) werden zunehmend mit Software und KI ausgestattet und sind mit dem Internet verbunden.
2. Dies führt zu veränderten Geschäftsmodellen, insbesondere zu Miete statt Kauf und damit zu einer grundsätzlich neuen Rechtssituation (Leistungsverträge statt Eigentumsrechte).
3. KI ist im Digitalen allgegenwärtig. Eine Vielzahl von Diensten benutzen KI für Empfehlung, Optimierung, Prognose, Klassifikation – insbesondere auch User:innen betreffend.
4. Zahlreiche Systeme nutzen vernetzte Daten, z.B. für Vorhersagen oder Empfehlungen, z.B. nach den Daten von verlinkten „Freunden“ in sozialen Netzwerken.
5. KI-Systeme agieren oft selbsttätig und greifen in die Autonomie von Menschen ein, z.B. im KFZ.

Thesen

1. Zahlreiche Errungenschaften des Konsumentenschutzes kommen mit zunehmender Digitalisierung in Bedrängnis bzw. drohen verloren zu gehen.
2. Digitalisierung und KI führen zu neuen Herausforderungen im Bereich des Schutzes persönlicher Daten, in Fragen von Updates (z.B. Haftung, Pflichten) oder von Eigentumsrechten.
3. Digitalisierung führt zu Machtverschiebungen weg vom Konsumenten hin zu den Bereitstellern von Diensten, z.B. Enteignung, Veränderung, Sicherheit, Daten uvm. Die Abkehr vom Sachenrecht zu Verträgen führt zu Verwerfungen im traditionell stark an Sachen orientierten Schutz von Privaten.
4. Es besteht eine Zustimmungsfiktion, wo Konsument:innen die Nutzungsbedingungen digitaler Dienste nicht kennen, und realistisch auch nicht kennen können.
5. Einige Machtverschiebungen sind weder mit staatlicher Souveränität noch mit der Freiheit von Konsumenten vereinbar (z.B. die Fernabschaltung von KFZ).
6. KI-basierte Empfehlungssysteme orientieren sich nicht ausschließlich am Kundennutzen, sondern auch am Nutzen für die Systeme bzw. ihre Anteilseigner. Dies bleibt oft unbemerkt.
7. KI-Systeme werfen viele bis dato offene ethische und politische Fragen für Konsument:innen auf. Es bedarf einer Neubewertung der durch Digitalisierung ausgelösten grundlegenden Veränderungen, einer Forderung nach Mindestrechten an Produkten und Diensten und einer gesellschaftlichen Debatte und Klärung individueller und sozialer Mindeststandards.