

# KI-Washing: Täuschung im digitalen Zeitalter und ihre Folgen für Verbraucher

Erfahren Sie, wie Unternehmen KI-Washing betreiben und Verbraucher irreführen. Das KI-Gesetz der EU könnte helfen.

In der heutigen Werbewelt ist den Verbrauchern oft nicht klar, was hinter den Marketingversprechen steht. Ein aktuelles Phänomen, das immer mehr an Bedeutung gewinnt, ist das sogenannte KI-Washing. Dabei handelt es sich um den Versuch einiger Unternehmen, ihre Produkte mit künstlicher Intelligenz (KI) zu bewerben, obwohl diese Technologien möglicherweise nicht genutzt werden oder nicht die versprochenen Fähigkeiten besitzen. Dies trägt zu einer allgemeinen Verunsicherung der Konsumenten und der Investoren bei.

## Die Sorge um Verbrauchervertrauen

KI-Washing hat das Potenzial, das Vertrauen der Verbraucher zu untergraben. Wenn Produkte mit der Auszeichnung „künstliche Intelligenz“ geworben werden, sich diese Behauptungen jedoch als übertrieben oder falsch entpuppen, könnte dies zu einem breiten Misstrauen gegen alle Angebote führen, die tatsächlich auf KI basieren. Joerg Heidrich, ein in Hannover ansässiger Rechtsanwalt, hat darauf hingewiesen, dass viele Menschen sich nicht im Klaren darüber sind, wie KI im Alltag eingesetzt wird und welche Technologien wirklich hinter den beworbenen Funktionen stehen.

## Bewährte Beispiele aus der Industrie

Zahlreiche Unternehmen bewerben ihre Produkte mit dem Verweis auf KI, was jedoch oft kein echtes Technologiemerkmale ist. So könnte ein Staubsauger, der lediglich über grundlegende Sensoren verfügt, irreführend als „KI-gesteuert“ beworben werden. Auch große Marken wie Coca-Cola und Becks verwenden ähnliche Strategien, indem sie behaupten, ihre Produkte seien mit kreativer KI entstanden. Diese Marketingtaktiken tragen dazu bei, dass echte technologische Innovationen in den Hintergrund gedrängt werden und Verbrauchern der Zugang zu wahrhaft fortschrittlichen Produkten erschwert wird.

## **Regulierung als mögliche Lösung?**

Im August 2024 tritt das KI-Gesetz der Europäischen Union in Kraft, das den Einsatz von KI regulieren soll. Dieses Gesetz ist jedoch nicht spezifisch dafür ausgelegt, KI-Washing zu bekämpfen. Joerg Heidrich betrachtet es als einen Schritt in die richtige Richtung, der dafür sorgen könnte, dass Unternehmen transparenter über ihre KI-Nutzung informieren. Eine klare Regulierung könnte dabei helfen, Missverständnisse zu vermeiden und echte Innovationen wirksamer zu fördern.

## **Die Situation an den Kapitalmärkten**

Zusätzlich gibt es bereits Anzeichen für regulatorische Eingriffe, wie die Maßnahmen der US-Börsenaufsicht SEC, die Investmentfirmen für falsche Angaben zu ihrem KI-Einsatz abgemahnt hat. Dies zeigt, dass auch auf internationaler Ebene ein Bewusstsein für die Problematik von KI-Washing besteht und das Vertrauen in die Märkte gefährdet wird, wenn Unternehmen ihre Technologien übertreiben oder falsch darstellen. Dies ist eine besorgniserregende Entwicklung für Anleger und könnte langfristig die Innovationskraft hemmen.

## **Fazit: Aufklärung ist der Schlüssel**

Damit KI die Vorteile, die sie verspricht, tatsächlich entfalten kann, ist es entscheidend, dass Verbraucher und Investoren genau informiert sind. Eine Bewusstseinsbildung über die tatsächlichen Fähigkeiten von KI-Technologien ist notwendig, um das Vertrauen in diesen Bereich zu stärken. Unternehmen sollten angehalten werden, verantwortungsvoll zu werben und transparente Informationen zur Verfügung zu stellen, um den Missbrauch der Technologie zu verhindern. KI-Washing ist nicht nur ein Marketingproblem; es ist auch eine Frage der ethischen Verantwortung.

- **NAG**

Details

**Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://n-ag.de)**