

Chatbot und KI-Agent: (k)ein Freund und Helfer?

Dokumentation

12. März 2026
Jugendherberge Düsseldorf

mlv.nrw



Inhalt

- | | |
|----|--|
| 03 | Einleitung |
| 04 | Begrüßung |
| 05 | Künstliche Intelligenz im
Verbraucheralltag |
| 06 | Chatbots im Fokus:
„Suchst du noch oder
chattest du schon?“ |
| 08 | KI-Agenten im Fokus:
Folgen für das Verbraucherrecht? |
| 10 | Transparent, fair und verlässlich:
KI verbraucherfreundlich gestalten |
| 12 | Glossar |



Einleitung

Das Ministerium für Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen richtete die Veranstaltung „Chatbot und KI-Agent: (k)ein Freund und Helfer?“ am 12. März 2026 in der DJH Jugendherberge Düsseldorf aus.

Die Veranstaltung beschäftigte sich mit der Rolle und der Entwicklung von künstlicher Intelligenz (KI) im Verbraucheralltag. Es wurde aufgezeigt mit welchen Chancen und Risiken dies für Verbraucherinnen und Verbraucher einhergeht. Die Erkenntnisse der Veranstaltung will das nordrhein-westfälische Verbraucherschutzministerium in die Beratungen zu dem auf europäischer Ebene geplanten Digital Fairness Act mit dem Ziel einbringen, ein hohes Verbraucherschutzniveau auch beim Einsatz von KI sicherzustellen. Moderiert wurde der ganztägige Fachaustausch von **Prof. Dr. Christian Thorun**.

Verbraucherschutzministerin **Silke Gorißen** eröffnete das Programm. Anschließend diskutierten Vertreterinnen und Vertreter unter anderem aus der Wirtschaft, der Wissenschaft und dem Verbraucherschutz, worin die



Chancen und Herausforderungen beim Einsatz von KI im Verbraucheralltag für Verbraucherinnen und Verbraucher liegen. Dabei wurden insbesondere die Nutzung von Chatbots in der Kundenkommunikation durch Unternehmen oder von frei zugänglichen KI-Chatbots durch Verbraucherinnen und Verbraucher für diverse Fragestellungen in den Fokus genommen. Zudem wurde diskutiert, welche rechtlichen Herausforderungen die Zuhilfenahme von KI-Agenten mit sich bringt, wenn diese Kaufentscheidungen für Verbraucherinnen und Verbraucher übernehmen könnten. In einem kurzen Interview formulierte Staatssekretär **Dr. Martin Berges** erste verbraucherpolitische Erwartungen an den Einsatz von KI im Verbraucheralltag. Über Umfragen und im Rahmen der Diskussionen hatten die Teilnehmenden die

Möglichkeit, ihre Expertise und Erfahrungen in die Veranstaltung einzubringen. Als Herausforderungen für Verbraucherinnen und Verbraucher wurden vor allem Halluzinationen von KI, Abhängigkeiten, Unsicherheiten und Manipulationen gesehen. Diese Broschüre dient der Dokumentation der wesentlichen Ergebnisse der Veranstaltung.

In den nachfolgenden Texten werden verschiedene Begrifflichkeiten verwendet, die nicht allen bekannt sind. Zum besseren Verständnis finden Sie daher auf Seite 12 ein Glossar.



Begrüßung

Ministerin für Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen, **Silke Gorißen**, hob in ihrer Rede hervor, dass KI sich in kürzester Zeit zu einem festen Bestandteil des Verbraucheralltags, insbesondere durch die rasante Entwicklung von generativer KI am Markt, entwickelt habe. Dabei könne sie Verbraucherinnen und Verbrauchern Orientierung geben, Suchaufwand reduzieren und somit Zeit sparen. Auch Einkäufe und Vertragschlüsse könne sie effizienter und komfortabler gestalten. Allerdings sei die Nutzung von KI – wie jede Technologie – mit Risiken behaftet und habe auch Schwächen. Positiv sei daher, dass es bereits mit der europäischen Verordnung über künstliche Intelligenz Transparenzanforderungen für die Interaktion mit Chatbots gebe. Es sei für Verbraucherinnen und Verbraucher wichtig jederzeit zu wissen, ob gerade mit einem Menschen oder einer Maschine kommuniziert werde. Zudem betonte die Ministerin, dass der Einsatz von KI nicht dazu führen dürfe, dass Verantwortung verschleiert oder Risiken auf Verbraucherinnen und Verbraucher verlagert werden.

Sie machte zudem darauf aufmerksam, dass generative KI als Recherche- und Informationsquelle zwar komfortabel sein könne, die Auskünfte der KI jedoch nicht immer richtig sein müssen, was insbesondere bei Irrtümern zu vertragsrelevanten Fragestellungen teuer werden könne.

Insgesamt müsse daher diskutiert werden, welche Anpassungen notwendig seien, um faire Marktbedingungen für Verbraucherinnen und Verbraucher in einer KI-geprägten Wirtschaft sicherzustellen. Gerade mit Blick auf KI-Agenten, die eigenständig ganze Einkäufe oder Buchungen für Verbraucherinnen und Verbraucher übernehmen könnten, sei es wichtig, dass regulatorisch notwendige Anpassungen vorgenommen werden, damit diese im Sinne der Verbraucherinnen und Verbraucher handeln. KI sei eine Zukunftsaufgabe, die gemeinsam von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gestaltet werden müsse. Sie erfordere klare Leitplanken, die Übernahme von Verantwortung und einen kontinuierlichen fachlichen Austausch.

Künstliche Intelligenz im Verbraucheralltag

Impuls:
Jörg Schieb



Der Journalist **Jörg Schieb** führte mit seinem Impuls in die Entwicklung von KI im Verbraucheralltag ein. Dabei unterschied er zwischen unbewusster Nutzung von KI, wie beispielsweise die Gesichtserkennung auf dem Smartphone, und bewusster Nutzung von KI, wie frei zugänglicher generative Sprachmodelle. Er stellte fest, dass sich der Zugang zu Informationen durch KI verändert habe. Während früher unterschiedliche Quellen im Internet herausgesucht, verglichen und beurteilt werden mussten, beschränkte sich dieser Prozess nunmehr oftmals auf das Sichten der Ergebnisse einer KI-Zusammenfassung. Dies führe zu einer Verengung der Informationsvielfalt, einer Illusion von Objektivität und den Verlust der eigenen Urteilkraft. Risiken für Verbraucherinnen und Verbraucher können

sich zudem durch Halluzinationen, Manipulation und Intransparenz der KI ergeben. Andererseits könne KI zu besseren Rechercheergebnissen führen, da sie auf eine breite Datenbasis zurückgreifen könne. Damit könnten Verbraucherinnen und Verbraucher Zeit sparen. Heutzutage sollen nach einer Umfrage bereits 67 % der Menschen in Deutschland KI genutzt haben.

Die Entwicklung frei zugänglicher KI-Modelle seit 2022 sei beachtlich. Sie finge mit generativen KI-Chatbots zur Textgenerierung an und soll perspektivisch zu sogenannten Custobots führen, welche eigenständig für Verbraucherinnen und Verbraucher Einkäufe erledigen könnten. Mittlerweile sei zum Teil in große generative KI-Chatbots ein Agenten-Modus implementiert worden,

welcher eigenständig Aufträge ausführen könne. Dabei werde lediglich das Ziel vorgegeben und der KI-Agent suche, vergleiche und analysiere. Im Unterschied zum herkömmlichen Chatbot, welcher lediglich berät, handelt der KI-Agent. Diese Entwicklung werfe die Frage nach dem „human in the loop“ auf, also welche Entscheidungen weiterhin vom Menschen selbst getroffen werden müssen. Es wurde dafür sensibilisiert, dass die Ergebnisse der KI immer geprüft und keine sensiblen Daten preisgegeben werden sollten. Es solle KI-Kompetenz im Sinne einer kritischen Nutzung aufgebaut werden, dies beinhalte z.B. die Nutzung von Widerspruchsrechten für die Datenverarbeitung.

Chatbots im Fokus: „Suchst du noch oder chattest du schon?“

Impuls:

Prof. Dr. Christian Bauckhage,
Rheinische Friedrich-Universität Bonn

Diskussion:

Prof. Dr. Christian Bauckhage,
Rheinische Friedrich-Universität Bonn

Prof. Dr. Nicole Krämer,
Universität Duisburg-Essen

Maike Scholz,
Deutsche Telekom AG

Christine Steffen,
Verbraucherzentrale NRW



Prof. Dr. Christian Bauckhage gab in seinem Impuls einen praxisnahen Überblick darüber, wie bekannte generative KI-Chatbots wie ChatGPT, Gemini oder Claude funktionieren. Derartige große Sprachmodelle (LLMs) seien auf riesigen Textmengen trainiert worden, um aufgrund einer Wahrscheinlichkeitsanalyse vorherzusagen, welches Wort wann kommen würde. Durch dieses Training ergebe sich ein indirektes implizites Wissen von Sprachmodellen zu einer großen Bandbreite von Themen. Wichtig sei hierbei, dass das resultierende Wissen nicht auf Fakten beruhe, sondern auf Statistik. Die Qualität der Antworten hänge dabei auch vom Umfang des Kontextes ab, welcher

bei der Eingabe in das Sprachmodell mitgegeben werde. Je mehr Kontext vorhanden sei, desto weniger würde die KI halluzinieren. Er betonte zudem, dass die Entwicklung von KI rasant voranschreite und sie exponentiell besser werde. Die nächste Stufe der KI-Chatbots seien agentische KI-Systeme, welche „reasoning“ und „planning“-Module haben, was bedeutet, dass sie komplexe Aufgaben in Teilschritten lösen und ihre Ausführung zudem auch anpassen können, sollten sich Rahmenbedingungen ändern. Daneben können sie auf Apps zugreifen, um ihre Antworten abzusichern. Beispielsweise können agentische KI-Systeme Taschenrechner-Apps nutzen, um mathematische Aufgaben

zu lösen. Die Entwicklung von generativer KI berge jedoch auch Risiken hinsichtlich ihrer Nutzung im Bereich von Cybercrime oder der Profilbildung. Denkbar sei beispielsweise, dass KI von Unternehmen eingesetzt werde, um Vertragsbedingungen ggf. auch zu Ungunsten von Verbraucherinnen und Verbrauchern anzupassen. Ein weiteres Problem liege in einer möglicherweise entstehenden emotionalen Abhängigkeit zu KI und Robotern.

Im Rahmen der sich anschließenden Diskussion wurde aufgezeigt, dass der Einsatz von Chatbots in der Kundenkommunikation durch Unternehmen, neben den Vorteilen von jederzeitiger Erreichbarkeit und potentiell schneller Abhilfe, auch Risiken bergen könne. Zunächst sei nicht immer klar, ob mit einem Chatbot oder einem Menschen interagiert werde. Zudem sei es schon vorgekommen, dass ein Chatbot eine falsche vertragsrelevante Auskunft erteilt habe. Dabei sei noch rechtlich unklar, wie es sich mit der Haftung des Unternehmens verhalte, wenn der Chatbot eine falsche Auskunft erteile und dies für Verbraucherinnen und Verbraucher einen Schaden nach sich ziehe. Für Unternehmen könne eine falsche Auskunft indes auch einen Vertrauensverlust des Kunden zur Folge haben. Daher sei es auch im Interesse der Unternehmen, dass der Chatbot keine falschen Informationen übermittele. Generell sei auch wichtig, dass immer noch ein menschlicher Ansprechpartner zur Verfügung stehe.



Daneben führe der Gebrauch von generativen KI-Chatbots dazu, dass Nutzende Chatbots zunehmend vermenschlichen und ihnen infolgedessen vertrauen. Daher sei wichtig, dass sich Nutzende ein höheres Verständnis für die Funktionsweise von derartigen KI-Systemen aneignen. Es wurde diskutiert, inwieweit mehr Transparenz über das Zustandekommen des Ergebnisses die Antworten des Chatbots nachvollziehbarer machen würde. Aufgrund der strukturellen Komplexität sei eine vollständige Nachvollziehbarkeit des Entscheidungsprozesses bei diesen Systemen nicht mehr möglich. Wesentliche Parameter wie die verwendeten Quellen könnten jedoch transparent gemacht werden. Für Nutzende könne zudem eine verpflichtende Offenlegung dessen, was die KI leisten kann und was nicht, hilfreich sein. Denn dies sei Voraussetzung dafür, dass Verbraucherinnen und Verbraucher ihr Vertrauen an die

tatsächlichen Fähigkeiten des Systems kritisch hinterfragen können.

Es wurde zudem diskutiert, ob ein KI-Siegel für Verbraucherinnen und Verbraucher hilfreich sein könne. Dies könne zwar dazu führen, dass der KI nicht mehr blindlings vertraut werde, jedoch könne ein Siegel auch eine falsche Sicherheit und Verlässlichkeit vorspiegeln. Hinsichtlich der bestehenden Regulatorik wurde darauf hingewiesen, dass es bereits gute Regelungen geben würde, jedoch insbesondere die großen Sprachmodelle nach Auffassung der Diskutanten illegal mit Daten trainiert worden wären. Die einmal in das Sprachmodell eingefügten Informationen ließen sich auch nachträglich nicht mehr aus den Trainingsdaten entfernen. Insgesamt sei eine effektive Regulierung aufgrund der Dynamik und der Entwicklung im Bereich von KI nicht leicht.

KI-Agenten im Fokus: Folgen für das Verbraucherrecht?

Impuls:

Prof. Dr. Christoph Busch,
Universität Osnabrück



Diskussion:

Prof. Dr. Christoph Busch,
Universität Osnabrück

Dr. Urs Buscke,
Europäischer Verbraucherverband (BEUC)

Alien Mulyk,
Der E-Commerce Verband (bevh)

Prof. Dr. Christoph Busch zeigte in seinem Impuls auf, inwieweit KI-Agenten den E-Commerce hin zum agentic commerce verändern werden und welche rechtlichen Fragestellungen damit einhergehen. Prognosen zu Folge solle 2030 jeder siebte Online-Einkauf durch einen KI-Agenten stattfinden. Sie könnten der neue Startpunkt der Produktsuche sein und somit die neuen Gatekeeper im Online-Handel werden. Damit würde die Produktsuche und der Produktvergleich vereinfacht, da KI-Agenten die Informationsflut einfacher bewältigen und das gesamte Internet sichten könnten.

Rechtlich problematisch sei, dass das derzeitige Verbraucherrecht auf der Prämisse beruhe, dass Menschen Kaufentscheidungen treffen, und damit Bedürfnisse und Schwächen von

Menschen berücksichtige. Zu bedenken sei beispielsweise die Frage, ob sich das Entscheidungsverhalten eines KI-Agenten von dem eines Menschen unterscheide und ob dieser rationaler handle. Auch das bestehende Informationspflichtenmodell müsse neu gedacht werden. Informationen müssten für die Nutzung durch Maschinen angepasst werden. Des Weiteren könnten KI-Agenten auch Einfluss auf die digitale Vulnerabilität von Verbraucherinnen und Verbrauchern haben. Sie könnten vor dark patterns schützen, welche menschliche Schwächen ausnutzen. Jedoch könnten unlauter handelnde Unternehmen zukünftig durch prompt injections versuchen, auch KI-Agenten selbst zu manipulieren. Hierfür bedürfe es Anpassungen der bestehenden Regulatorik. Auch die Regelungen zum

Dokumentation



Vertragsschluss oder zu den Gestaltungsrechten wie der Widerruf oder die Kündigung im Fernabsatz müssten überdacht werden.

Prof. Dr. Busch plädierte dafür, dass die Verwendung von KI-Agenten durch Verbraucherinnen und Verbraucher möglich sein und gleichzeitig vor neuen Risiken des *agentic commerce* geschützt werden müsse. Insgesamt könne man festhalten, dass sich das derzeitige Verbraucherrecht auf den Moment des Vertragsschlusses konzentriere. Beim *agentic commerce* müsse der Schutz von Verbraucherinnen und Verbrauchern schon früher angesetzt werden. Daher sollten KI-Agenten in dem auf europäischer Ebene geplanten Regelungsvorhaben zum Digital Fairness Act bedacht werden.

In der anschließenden Diskussion wurde festgehalten, dass KI-Agenten Verbraucherinnen und Verbraucher stärken könnten, wenn entsprechende rechtliche Rahmenbedingun-

gen gesetzt werden. KI-Agenten werden nach Einschätzung der Diskutanten bisher vor allem für die Produktsuche und -beratung genutzt. Kritisch aus Unternehmenssicht wurde gesehen, dass ihr Einsatz nachteilig für kleinere Händler sein könne, da deren Kundenbeziehung und Sichtbarkeit gefährdet sein könnten. Online-Shops sollten sowohl für den Einkauf durch Menschen als auch Maschinen ausgerichtet werden.

Als Vorteil von KI-Agenten für Verbraucherinnen und Verbraucher wurde die große Vereinfachung von weniger risikoreichen Käufen und auch die Bewältigung des großen Informationsüberflusses im Internet gesehen. Weiter wurde diskutiert, inwieweit Transparenz beim Einsatz von KI-Agenten hergestellt werden müsse. Es wurde sich dafür ausgesprochen, dass mögliche Interessenkonflikte offengelegt werden müssten, da unklar sei, wie die Geschäftsmodelle hinter KI-Agenten aussehen werden.

Es solle auch klar sein, worauf die Produktempfehlung des KI-Agenten beruhe, weshalb die wesentlichen Parameter hierfür transparent gemacht werden sollten.

Wichtig sei neben Transparenzanforderungen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher die Kontrolle bei der Nutzung von KI-Agenten behalten, indem sie wesentliche Rahmenbedingungen, wie bspw. ein Preislimit, selbst bestimmen können. Darüber hinaus solle klar sein, an wen sich Verbraucherinnen und Verbraucher wenden können, wenn ihnen durch den KI-Agenten ein Schaden entstehe. Es wurde hervorgehoben, dass die Rechtsdurchsetzung schwierig werden könnte, da sie aufgrund der komplexen Rechtsbeziehung und der erheblichen Informationsasymmetrien voraussichtlich mit großem Aufwand und hohen Kosten verbunden wäre und sich zudem die Beweislastregeln zulasten der Verbraucherinnen und Verbraucher auswirken könnten.

Des Weiteren wurde diskutiert, inwieweit die geltenden zivilrechtlichen Grundsätze für den Vertragsschluss überhaupt auf den Einsatz von KI-Agenten Anwendung finden könnten. Insgesamt wurde sich dafür ausgesprochen, dass das materielle Recht optimiert werden und die Rechtsdurchsetzung gestärkt werden müsse. Mindeststandards für KI-Agenten sollten bereits im Digital Fairness Act eingeführt werden.

Transparent, fair und verlässlich: KI verbraucherfreundlich gestalten

Im Gespräch mit:

Dr. Martin Berges, Staatssekretär im Ministerium für Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen



Diskussion:

Prof. Christina Elmer,
TU Dortmund/AlgorithmWatch

Friederike Michael,
Bitkom e. V.

Matthias Heck,
Bundesamt für Sicherheit
in der Informationstechnik (BSI)

Wolfgang Schuldzinski,
Verbraucherzentrale NRW

Zur Einleitung der Abschlussdiskussion zum Thema verbraucherfreundliche KI fand ein kurzes Gespräch mit dem Staatssekretär **Dr. Martin Berges** statt. Dr. Berges hob die disruptive und exponentielle Entwicklung im Bereich von KI hervor. Die Entwicklung könne viele Annehmlichkeiten für Verbraucherinnen und Verbraucher mit sich bringen, es bedürfe jedoch auch Leitplanken, um sie ausreichend beim Einsatz und der Nutzung von KI zu schützen. Wichtig sei hierbei, dass für Verbraucherinnen und Verbraucher transparent gemacht werde, wenn sie mit KI-Systemen interagieren. Bei der Nutzung von KI-Systemen müssten Verbraucherinnen und Verbraucher wissen,

dass diese fehleranfällig sein könnten und worin die Grenzen des KI-Systems liegen. Daher müsse schon jetzt in den Blick genommen werden, welche neuen Herausforderung KI im Verbraucheralltag mit sich bringen wird und wie der Verbraucherschutz hierauf reagieren könne.

Daran anknüpfend wurde in der abschließenden Diskussion erörtert, wie die Konsumwelt in 2030 mit Blick auf KI aussehen könnte. Die Diskutanten führten an, dass Verbraucherinnen und Verbraucher mithilfe von KI grundsätzlich bessere Kaufentscheidungen treffen könnten, insbesondere auch bei schwierigen

Entscheidungen, da die KI aufgrund von umfangreichen Datensätzen analysieren und entsprechend agieren könne. Sie könne zudem Abläufe sowohl im Konsum- als auch im Unternehmensalltag erleichtern. Dabei müsse ihr Einsatz und ihre Nutzung durch faire Leitplanken gesichert werden. Verbraucherinnen und Verbraucher würden wissen, was für KI-Systeme sie nutzen und, dass diese sicher seien und sie ihnen vertrauen können.

Es seien Transparenzanforderungen beispielsweise hinsichtlich des Entwicklungszwecks der KI, der verwendeten Trainingsdaten, der eigenen Grenzen oder eines reasonings sinnvoll, um den Weg der KI zu ihrer Antwort nachvollziehbar zu machen. Die Einführung von KI-Siegeln könne zwar punktuell sinnvoll und auch für den Wettbewerb hilfreich sein, es bestehe aber auch die Gefahr, dass Siegel Innovationen hemmen. Um ein möglichst hohes Maß an Fairness beim Einsatz von KI zu gewährleisten, müsse offengelegt werden, wenn Unternehmen Provisionen an den Anbieter des KI-Modells zahlen, um vom Algorithmus bevorzugt zu werden. Überdies dürften KI-Systeme auch nicht zu Emotionserkennung im Konsumbereich eingesetzt werden.

Da Verbraucherinnen und Verbraucher kein technisches Wissen im Bereich von KI besitzen, könne nicht von ihnen erwartet werden,

dass sie selbst dafür Sorge tragen, dass die KI-Systeme sicher seien. Es müsse seitens der Anbieter grundsätzlich für security by design gesorgt werden. Sprachmodelle müssten dazu standardmäßig gegen Angriffe durch Dritte geschützt sein, wie bei Angriffen auf die Trainingsdaten (indirect prompt injection) oder durch Textbefehle (prompt injection). Als Empfehlung für Verbraucherinnen und Verbraucher wurde formuliert, dass sie möglichst keine sensiblen Daten bei der Verwendung von KI-Agenten eingeben, auf Grundlage derer der KI-Agent eine Entscheidung treffen solle. Zur Sicherheit sollte der KI-Agent nicht ohne Zutun des Menschen eine Entscheidung treffen dürfen.

Insgesamt sei wichtig, dass die Regulierung technologieneutral, sektorspezifisch und zukunftsgerichtet ausgestaltet werde. Dabei müsse auch die Rechtsdurchsetzung weiter gestärkt werden, damit „ehrliche“ Unternehmen gegenüber „schwarzen Schafen“, die die Regeln umgehen, nicht im Nachteil seien. Eine gute Regulierung komme hierbei sowohl Verbraucherinnen und Verbrauchern als auch Unternehmen zugute. Klare Regelungen machen es für Unternehmen einfach, diese auch einzuhalten, wovon dann auch die Verbraucherinnen und Verbraucher profitieren. Das hohe Verbraucher- und Datenschutzniveau in der EU könne einen Wettbewerbsvorteil darstellen.

Verbraucherinnen und Verbraucher aller Zielgruppen müssten in ihrem Umgang mit KI durch Verbraucherbildungsangebote gestärkt werden. Zu überlegen wäre auch, ob Verbraucherorganisationen beispielsweise prompts für häufig anzutreffende Verbraucherprobleme entwickeln könnten, die Verbraucherinnen und Verbraucher an ihre persönlichen Umstände anpassen und zur Lösung etwa von vertragsrechtlichen Fragestellungen mit Hilfe von KI nutzen könnten.



Glossar



Dark Patterns

Dark Patterns sind Praktiken, mit denen darauf abgezielt oder tatsächlich erreicht wird, dass die Fähigkeit der Internetnutzenden, eine autonome und informierte Auswahl oder Entscheidung zu treffen, durch manipulative Gestaltung einer Plattform oder App, maßgeblich verzerrt oder beeinträchtigt wird.

Digital Fairness Act

In einer Eignungsprüfung hat die Europäische Kommission festgestellt, dass die gegenwärtigen Verbraucherschutzgesetze einem hohen Verbraucherschutzniveau im digitalen Raum aufgrund problematischer Praktiken von Unternehmen nicht mehr vollumfänglich gerecht werden. Aus diesem Grund soll ein Gesetz für digitale Fairness (Digital Fairness Act) geschaffen werden.

Künstliche Intelligenz (KI)

Künstliche Intelligenz kennzeichnet ein System, welches autonom betrieben werden kann und bspw. Entscheidungen oder Empfehlungen anhand der ihm zugrundeliegenden Daten selbständig treffen kann.

Chatbot

Ein Chatbot ist ein Computerprogramm, dass menschliche Konversation durch Sprache oder Text simuliert.

Large Language Model (LLM)

Ein LLM ist ein KI-Modell, welches auf riesigen Textmengen trainiert wurde, um menschliche Sprache zu verstehen und Texte generieren zu können. Auf diesem Modell basieren frei zugängliche KI-generierte Chatbots im Internet.

Halluzination

KI-Modelle, wie LLM, können Inhalte generieren, die nicht den Tatsachen entsprechen oder nicht auf ihren Trainingsdaten beruhen. In einem solchen Fall halluziniert die KI eine falsche Antwort.

Gatekeeper

Als Gatekeeper werden Personen, Institutionen oder Plattformen bezeichnet, die Kontrolle darüber haben, welche Informationen in bestimmten Bereichen weitergegeben werden oder wer Zugang zu diesen Informationen erhält.

Reasoning

Reasoning bezeichnet das „rationale Denken“ der KI, die darauf abzielt, die wahrscheinlichste Schlussfolgerung auf Grundlage der zur Verfügung stehenden Daten zu erzielen.

Impressum

Herausgeber

Ministerium für Landwirtschaft
und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen

Stadttor 1
40219 Düsseldorf

Stand

Mai 2026

Redaktion

Ministerium für Landwirtschaft
und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen:
Referat IV.4

Bildnachweise

Titel: © shutterstock/AntonKhrupinArt,
Adobe Stock/Vadym
Seiten 2-12: © MLV NRW/Andreas Buck
Seite 4: © MLV NRW/Markus van Offern
Seite 13: © Jörg Schieb



Hinweis

Diese Broschüre wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerbern zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemitteln. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Dokumentation



Facebook:

facebook.com/MLV.NRW



LinkedIn:

linkedin.com/company/mlv-nrw



Instagram:

instagram.com/mlvnrw/



WhatsApp:

url.nrw/mlvwhatsapp



Ministerium für Landwirtschaft
und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen

Stadttor 1, 40219 Düsseldorf
Telefon 0211 3843-0
oeffentlichkeitsarbeit@mlv.nrw.de