

16.44

Abgeordnete Mag. Corinna Scharzenberger (ÖVP): Herr Präsident! Liebe Zuseherinnen, Zuseher! Liebe Besucher auf der Galerie! Herr Konsumentenschutzminister! Ja, Kollege Köchl, ihr braucht nur gescheite Anträge schreiben. *(Zwischenrufe der Abgeordneten Kucharowits und Schatz. – Abg. Köchl: Da ist es so laut, ich verstehe euch nicht!)* Wir bewerten den Antrag, und wenn die Begründung und die Argumente dementsprechend gut sind, dann werden wir auch zustimmen. *(Beifall bei der ÖVP. – Abg. Stöger: Na geh!)*

Chat-GPT ist momentan in aller Munde. Mit über 1 Million Nutzer in den ersten fünf Tagen ist dem amerikanischen Unternehmen Open AI damit sozusagen ein völliger Senkrechtstart gelungen – das hat im Übrigen nicht einmal Facebook geschafft. 18 Prozent aller Österreicherinnen und Österreicher nutzen nämlich mittlerweile die künstliche Intelligenz. Es geben 57 Prozent davon an, dass sie damit auch für Prüfungen lernen, 33 Prozent schummeln damit übrigens bei Prüfungen, 37 Prozent lassen sich davon sogar Liebesbriefe schreiben *(Heiterkeit des Abg. Köchl)*, und manche Abgeordnete in den verschiedenen Parlamenten lassen sich die Reden schreiben, ohne dass es auffällt *(Ruf: Aha!)* – man muss natürlich fairerweise dazusagen, das trifft nicht auf alle heute Anwesenden zu. *(Abg. Wurm: Bei der ÖVP wahrscheinlich!)* – Kollege Wurm, fühlen Sie sich angesprochen? *(Heiterkeit der Rednerin. – Zwischenrufe der Abgeordneten Kirchbaumer und Strasser.)* Sie sehen jedenfalls, die Bandbreite ist eine ganz bedeutend große.

Künstliche Intelligenz ist sozusagen ganz einfach per Mausklick für jeden rund um die Uhr einsetzbar. Während die einen den Fortschritt begrüßen, sehen das manche auch sehr skeptisch. Chat-GPT löst allenfalls Emotionen aus – aber nicht nur das: Elon Musk hat ja eine sogenannte Nachdenkpause gefordert, weil eben dieser Fortschritt so schnell geht. Es besteht die Gefahr, dass wir quasi einen Kontrollverlust erleiden. Er sagt, es braucht Regeln für den Umgang mit künstlicher Intelligenz.

Die Frage, die wir uns im Konsumentenschutzausschuss stellen, ist: Wie verändert denn künstliche Intelligenz unsere Arbeitswelt? Diese Frage stellen wir uns ja mindestens seit dem 18. Jahrhundert. Was damals die Erfindung der Dampfmaschine war, später des Internets, des Smartphones, ist eben jetzt der Einsatz von künstlicher Intelligenz.

Chat-GPT und alle anderen auf künstlicher Intelligenz basierenden Systeme sind sozusagen in diesen Belangen derzeit der Elefant im Raum. Die zunehmende Automatisierung, die Digitalisierung verändert die Arbeitswelt. Es bedeutet Innovation, es bedeutet Fortschritt, und wie die Geschichte uns auch gelehrt hat, war die Angst davor immer unbegründet: Es bedeutet schlichtweg Veränderung.

Fest steht jedenfalls, dass der Einsatz von KI-Systemen zum Wirtschaftswachstum, insbesondere auch durch Effizienzsteigerungen, beiträgt. Selbstverständlich müssen wir aber als politische Verantwortungsträger die künstliche Intelligenz ganzheitlich betrachten und auch die Schattenseiten mitdenken.

Es ergeben sich einige Rechtsfragen in diesem Zusammenhang: Es werden nämlich personenbezogene Daten verwendet – Kollege Drobits hat im Konsumentenschutzausschuss auch völlig zu Recht angesprochen, dass auch die Datenschutz-Grundverordnung eingehalten werden muss –, verbraucher- und haftungsrechtliche Fragen ergeben sich, und auch das Transparenzgebot spielt in diesem Zusammenhang eine bedeutende Rolle.

Die zweite Frage, die sich in diesem Zusammenhang stellt, ist: Wie verändert sich denn das Konsumverhalten durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz? Wir haben uns dazu im Ausschuss verständigt, eine Studie einzusetzen, die uns darüber Aufschlüsse gibt. Dazu habe ich vorab schon einmal Chat-GPT gefragt und möchte zum Schluss eben Chat-GPT selbst zu Wort kommen lassen. Ich habe das Programm gefragt, wie es die Auswirkung von sich selbst auf das Kaufverhalten von Konsumenten einschätzt, und die Antwort des Programmes war – ich zitiere –: Insgesamt können KI-basierte Systeme das Kaufverhalten

von Konsumenten durch personalisierte Empfehlungen, ein verbessertes Einkaufserlebnis, Effizienz und Geschwindigkeit beeinflussen. Unternehmen müssen jedoch sicherstellen, dass ihre Systeme fair, transparent und ethisch sind und dass sie die Privatsphäre und die Sicherheit ihrer Kunden schützen. – Zitatende.

Wir machen jetzt trotzdem noch eine Studie, um sozusagen den Gegenbeweis anzutreten, damit wir dann in Zukunft womöglich keine Studie mehr brauchen, sondern Chat-GPT befragen können. – Vielen Dank. *(Beifall bei der ÖVP und bei Abgeordneten der Grünen.)*

16.48