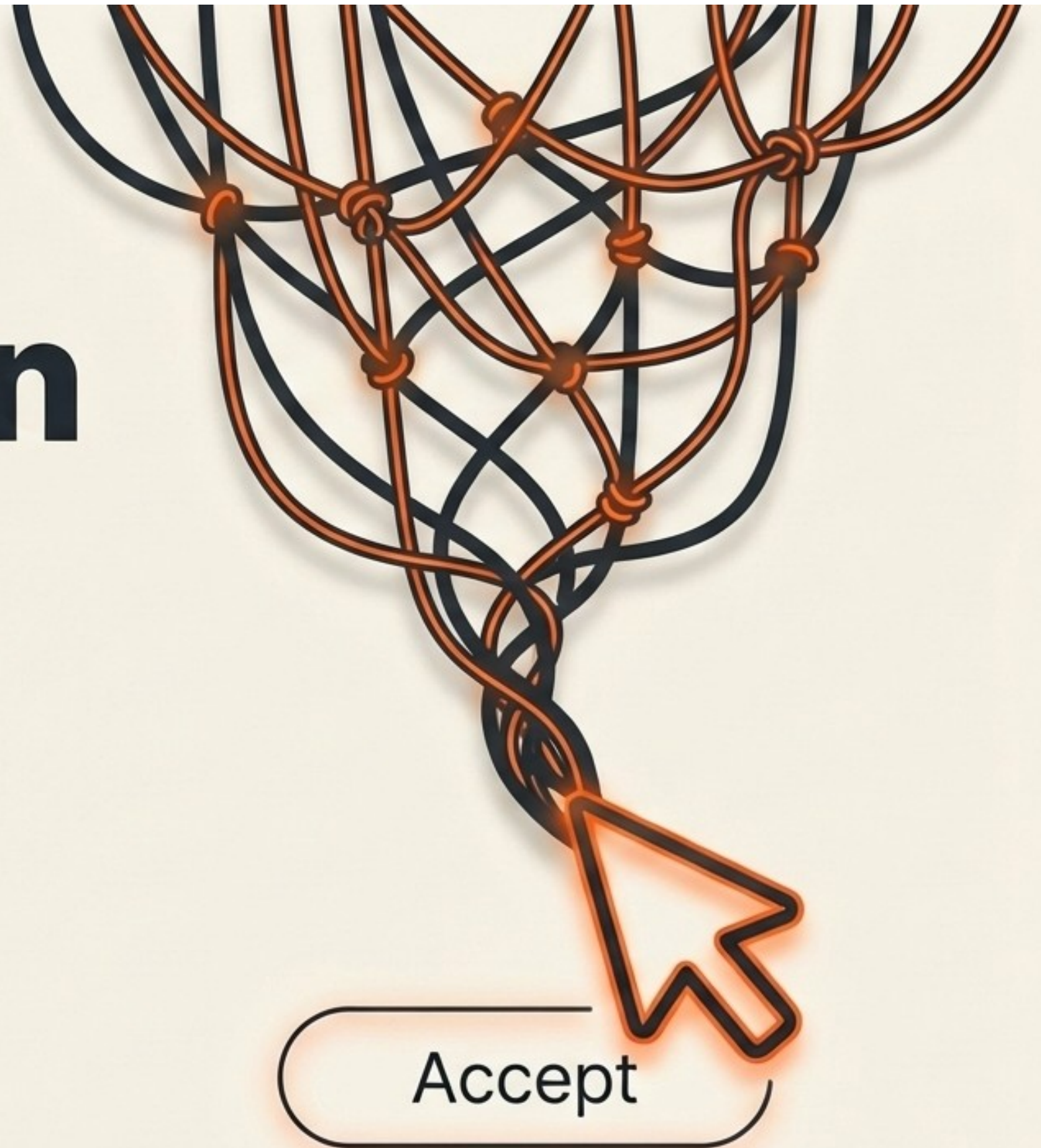


Die unsichtbaren Fäden des Internets

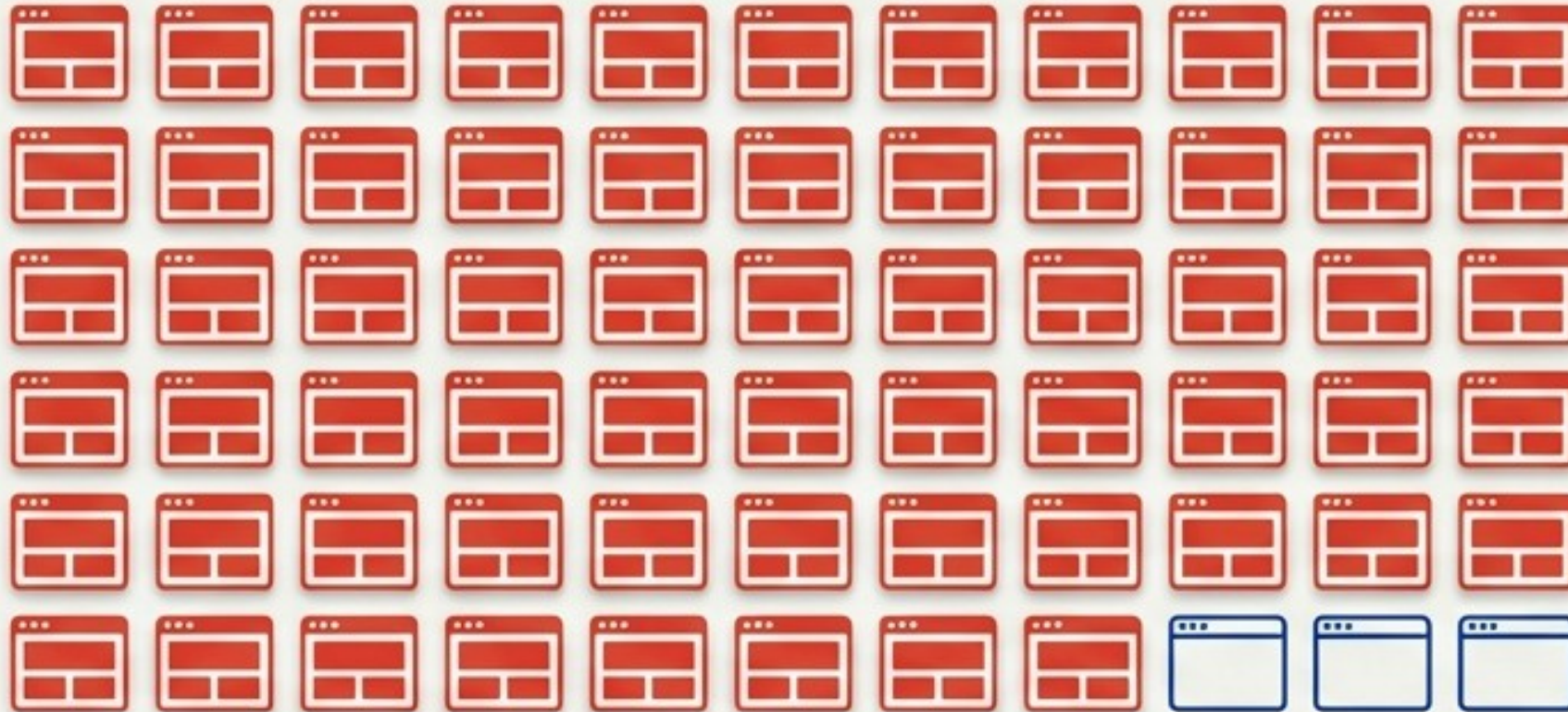
Dark Patterns: Wie wir täglich online manipuliert werden

Erstellt für den Podcast #9vor9 auf Basis der von uns hinterlegten Quellen



Die bittere Realität: 97% der Top-Websites nutzen Dark Patterns

97%



Quelle: EU Commission Report 2022

Kein Versehen, sondern Absicht: Dark Patterns sind kein "schlechtes Design". Es ist eine bewusste Architektur der Täuschung.

Die Definition: Tricks in Apps und auf Websites, die uns Dinge tun lassen, die wir eigentlich gar nicht wollten (geprägt von UX-Designer Harry Brignull).

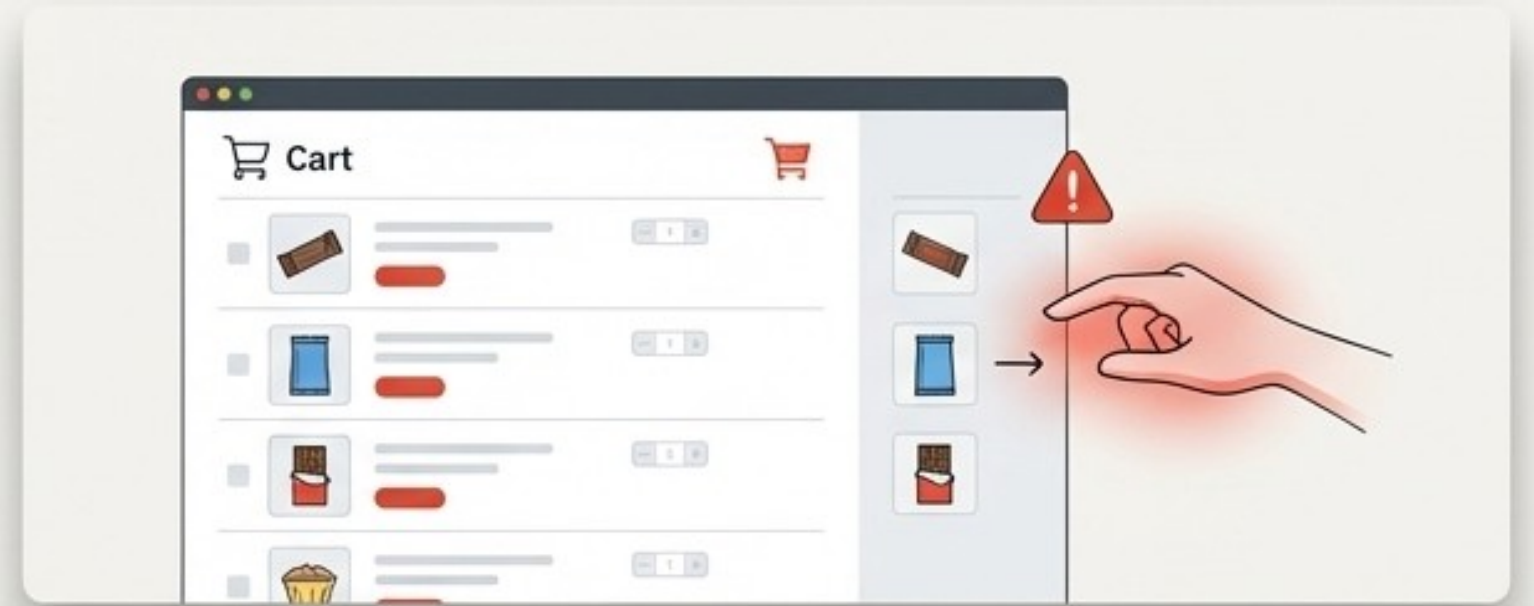
Das Ziel: Profit für das Unternehmen, auf Kosten des Nutzers.

Hackerangriff aufs Gehirn: Warum diese Tricks so gut funktionieren

Die Erwartung



Der Dark Pattern



FOMO & Scarcity

Nur noch 1 Zimmer verfügbar! – Erzeugt künstlichen Stress und drängt zu Impulskäufen.



Default-Bias

Vorab angekreuzte Checkboxen (z.B. "Newsletter abonnieren"). Wir sind von Natur aus bequem und akzeptieren den Standard.



Cognitive Overload

Wenn die Ablehnung eines Cookies so kompliziert ist, dass das Gehirn aufgibt und einfach den großen, bunten Button klickt.

Das Regenbogen-Einhorn-Wunderland: Konditionierung



- **Kostenlos spielbar** (Free-to-Play), aber hochprofitabel.
- Die **Pavlov-Strategie**: Der große, grüne Button.
- Jeder **Klick wird belohnt** – bis der Button plötzlich Geld kostet (Hidden in plain sight).

Mobile Games: Vom Free-to-Play zur teuren Kostenfalle



Konditionierung

- Der Big Green Button: Spieler werden darauf trainiert, blind immer auf den leuchtenden Knopf zu tippen – bis dieser plötzlich echtes Geld kostet.



Premium-Währungen

- Diamanten, Coins & Co. verschleiern die echten Kosten. Niemand weiß mehr, wie viel 120 "Gems" in Euro sind.



Lootboxen

- Die digitale Wundertüte. Ein fließender Übergang zum Glücksspiel. (Podcast-Tipp: Belgien hat Lootboxen deshalb bereits verboten!).

E-Commerce: Die Kakerlakenfalle und andere dunkle Muster des Shoppings

- **Roach Motel (Die Kakerlakenfalle):** Reinkommen ist super einfach (Abo in 1 Klick), Rauskommen fast unmöglich (Kündigungs-Button versteckt).
- **Confirmshaming:** Dem Nutzer wird ein schlechtes Gewissen eingeredet, wenn er ein Rabatt-Angebot ablehnt.
- **Sneaking & Hidden Costs:** Zusatz-Artikel oder Service-Gebühren, die erst im allerletzten Schritt vor dem Bezahlen im Warenkorb auftauchen.



Social Media & AutoPlay: Der Trick mit dem bodenlosen Suppenteller



Das Stanford-Experiment

Forscher (Brian Wansink) zeigten, dass Menschen immer weiter essen, wenn sich die Suppenschüssel unbemerkt selbst nachfüllt. Die natürlichen Stopp-Signale fehlen.

Der digitale Suppenteller

TikTok, Instagram Reels und YouTube AutoPlay nutzen exakt dieses Prinzip. Das nächste Video startet, bevor das Gehirn entscheiden kann aufzuhören.

Playing by Appointment

Apps diktieren, wann wir online sein müssen (z.B. limitierte Live-Events), um unser Leben nach dem Rhythmus der Plattform auszurichten.

Das MIT-Framework: Erwartung vs. Realität im Design

Erwartetes Konzept

Ein normaler Warenkorb

Ich lege rein, was ich will.



VS

Implementiertes Konzept

Der Personal Shopper

Das System legt mir ungefragt Dinge in den Korb.



- Wann ist ein Design wirklich 'Dark'? Laut Forschern des MIT ist es dann Dark, wenn das Konzept, das wir erwarten, extrem von der Realität abweicht – und zwar zum Nachteil des Nutzers.
- Der Unterschied: Ein Personal Shopper (wie bei StitchFix), der Kleidung für mich aussucht, ist okay – weil ich es erwarte. Ein klassischer Warenkorb, der plötzlich eigene Dinge hinzufügt, ist Täuschung.

Das Gesetz schlägt zurück: Digital Services Act und Milliardenstrafen



**\$245 Millionen
Strafe für Epic
Games (Fortnite)**

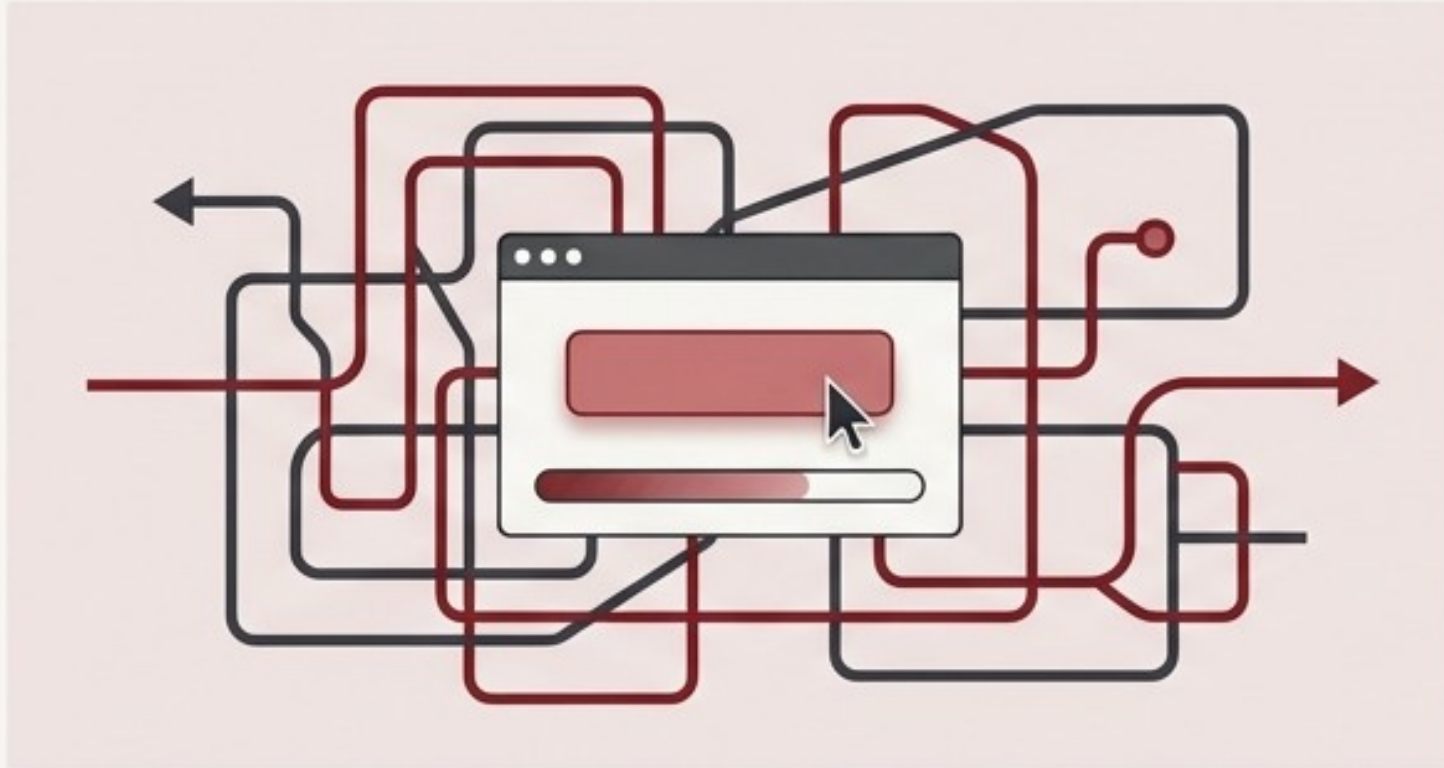
Der DSA greift durch

Artikel 25 des EU Digital Services Act (DSA) verbietet es Online-Plattformen nun explizit, Nutzer durch Design zu täuschen oder zu manipulieren.

Die FTC macht Ernst

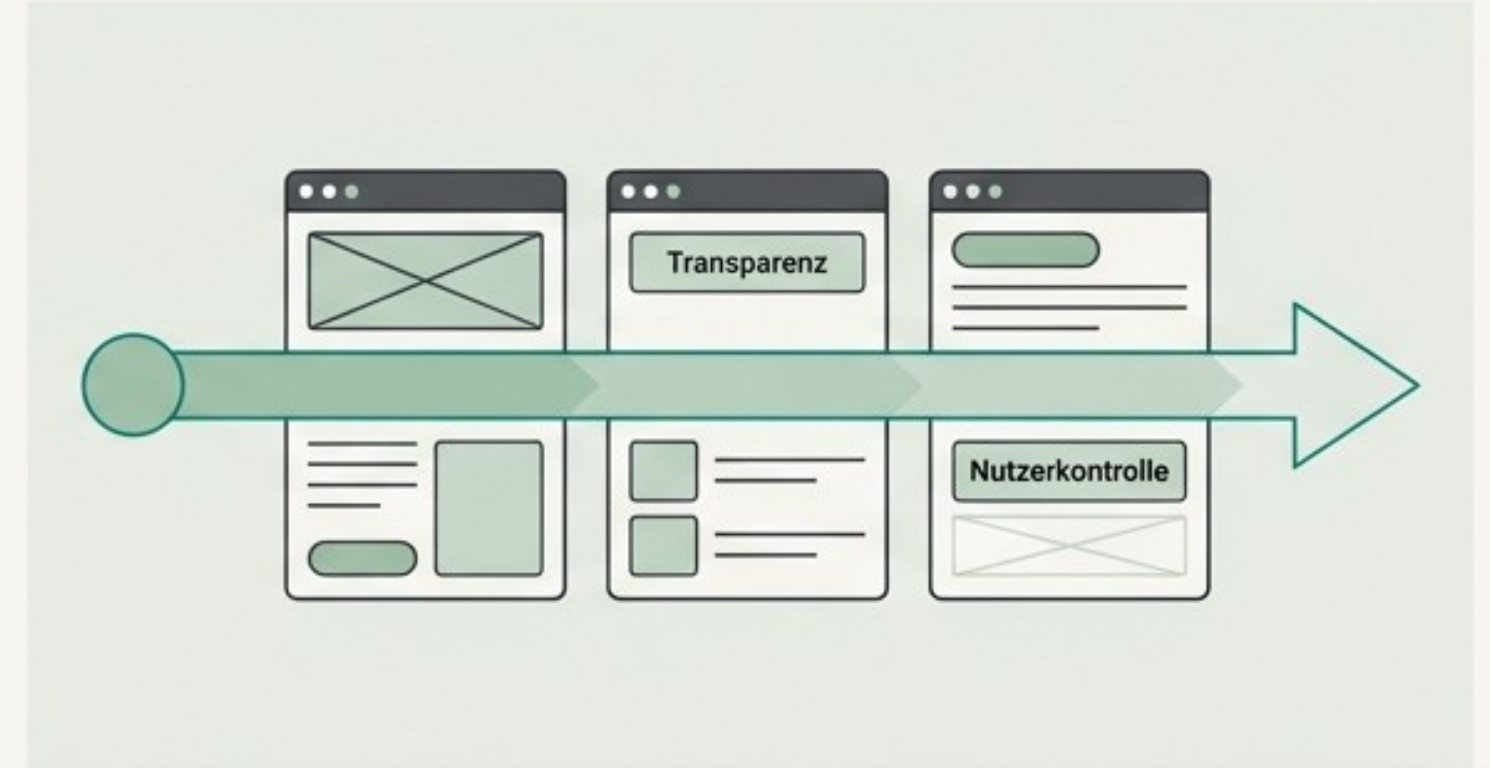
Die US-Handelsbehörde hat Epic Games zu einer Rekordstrafe von 245 Millionen Dollar verdonnert. Der Grund? Dark Patterns, die Kinder zu unbeabsichtigten In-Game-Käufen verleitet haben.

Dark Patterns vs. Digitale Fairness



Manipulation & Täuschung

- Verzerren die Nutzerautonomie
- Nutzen psychologische Tricks (z.B. Fake Urgency, Confirmshaming)
- Verstoßen gegen den Kerngedanken des Datenschutzes



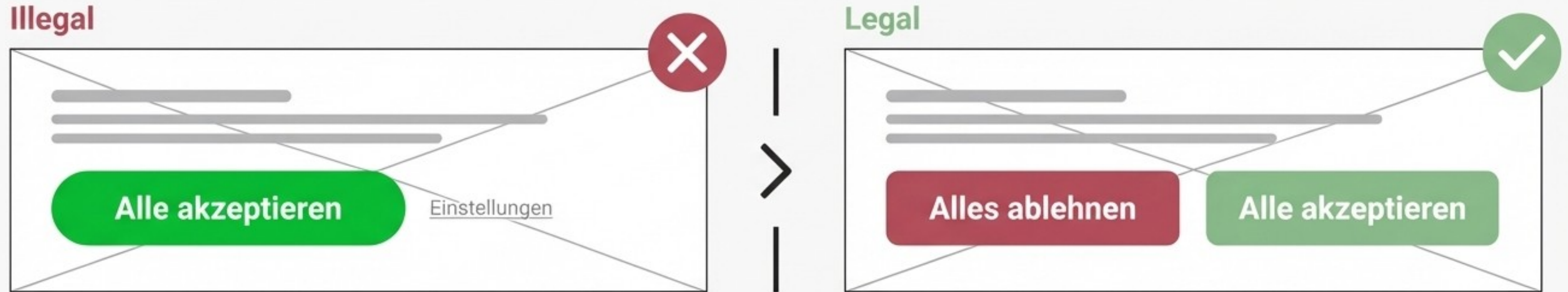
Der Grundsatz der fairen Verarbeitung

- Verankert in Art. 5 Abs. 1 lit. a DSGVO
- Transparenz als Design-Basis
- Nutzerinteressen stehen über kurzfristigen Conversion-Zielen

Die rechtliche Bewertung eines UI-Designs beginnt immer mit der Frage: Ist diese Verarbeitung fair?

Das Ende der Accept All Dominanz

Urteil des VG Hannover (Az.: 10 A 5385/22 vom 19. März 2025)
nach Anordnung des LfD Niedersachsen.



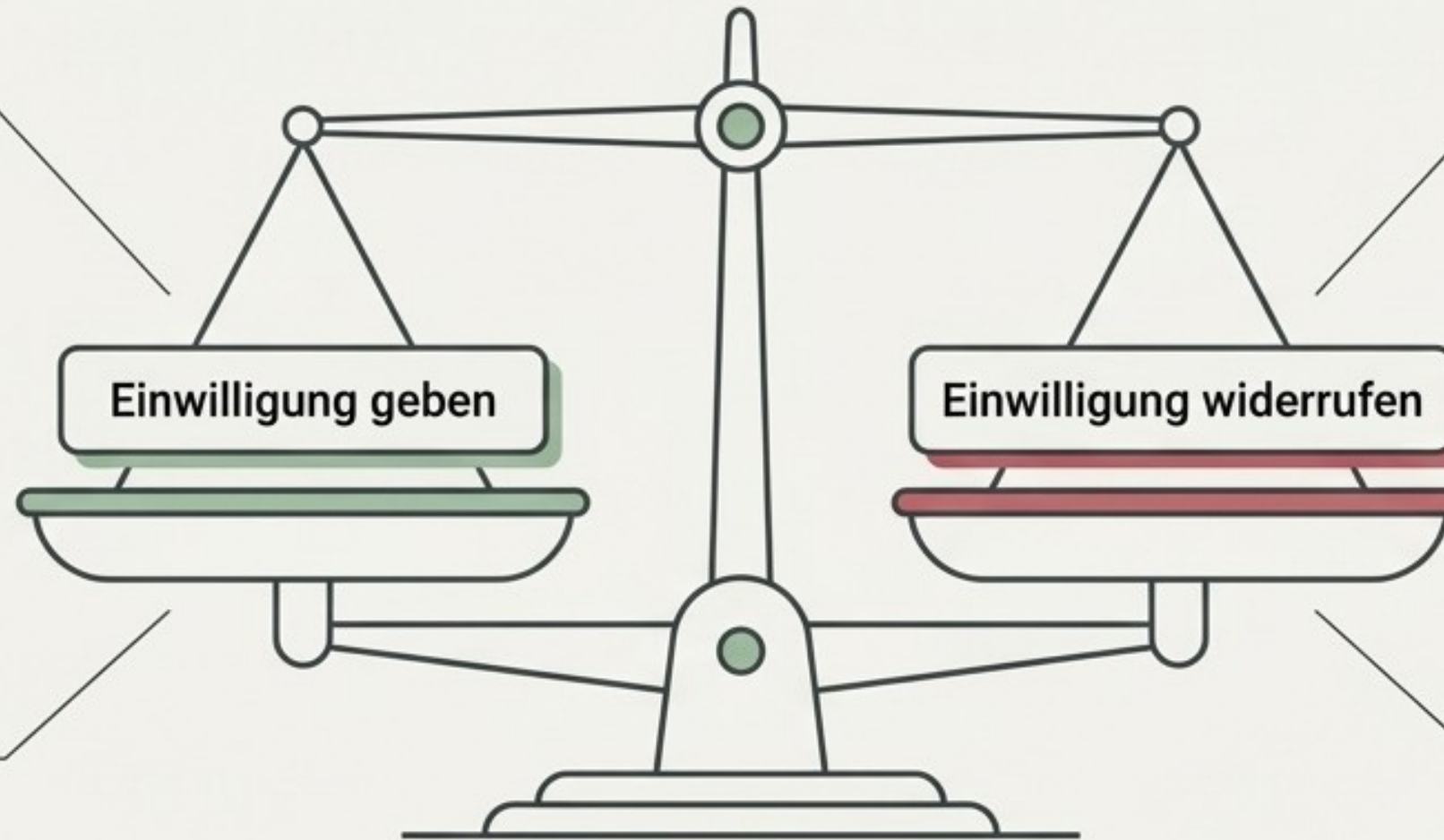
Die rechtlichen Vorgaben:

- ✗ Verboten: Ablehnen deutlich umständlicher als Akzeptieren (z.B. versteckt in zweiter Ebene).
- ✗ Verboten: Irreführende Buttons wie Akzeptieren und schließen.
- ✓ **Pflicht:** Eine **Alles ablehnen**-Schaltfläche ist ein rechtliches Muss auf der ersten Ebene, wenn es eine Alle akzeptieren-Option gibt. Beide Optionen müssen optisch und funktional gleichwertig sein.

DSGVO UX-Checkliste: Die Symmetrie der Entscheidung

1. Faires Design

Entspricht das Interface dem Grundsatz der fairen Verarbeitung oder wird der Nutzer manipuliert?



2. Dreiklang der Zustimmung

Ist die Wahl freiwillig, lückenlos informiert und völlig unmissverständlich formuliert?

3. Gleichwertige Optionen

Existiert ein Alles ablehnen-Button auf der ersten Ebene direkt neben Alle akzeptieren? (VG Hannover)

4. Reibungsloser Widerruf

Ist der Opt-Out-Prozess mit exakt demselben Klick-Aufwand erreichbar wie der Opt-In? (Kein Roach Motel Dark Pattern).

Die Symmetrie-Regel: Die Einwilligung muss so einfach zu widerrufen sein, wie sie gegeben wurde. (E-Privacy/DSGVO)

Selbstverteidigung im Netz: 3 Tipps für unsere Hörer



1. Pause & Read: Nicht blind auf den leuchtenden Button klicken. Wer Nein sagt, muss oft den unauffälligen, grauen Text daneben suchen.



2. Fake-Dringlichkeit ignorieren: Der Nur noch 1 Zimmer!-Countdown resetet sich meistens, wenn man die Seite neu lädt. Lasst euch nicht hetzen.



3. Abos auditieren: Kontrolliert regelmäßig eure Kontoauszüge und App-Stores auf Roach Motel-Abos (Forced Continuity), die ihr vergessen habt.

Beschwerdestellen

Verbraucherzentrale (Deutschland)

Beschwerdeformular:

<https://www.verbraucherzentrale.de/beschwerde>

Hinweise der Verbraucherzentrale zu Dark Patterns:

<https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinedienste/dark-patterns-so-wollen-websites-und-apps-sie-manipulieren-58082>

Tipp: Screenshots und URL der Seite mitschicken – das erhöht die Chancen, dass der Fall verfolgt wird.

Bundesnetzagentur / Digital Services Coordinator (DSA)

Beschwerdeportal Digital Services Coordinator (Deutschland):

<https://www.dsc.bund.de/DSC/DE/3Verbraucher/3VB/start.html>

Hinweis: Dort kannst du explizit „Probleme durch irreführende und manipulative Aufmachung des Dienstes (dark pattern)“ auswählen.

