

# Dark Patterns und Lauterkeitsrecht

Christian Handig

Forum Wettbewerbsrecht 2023

# Dark Patterns in der Studie

## Besonders häufige Formen

- ▶ „falsche Hierarchien“
- ▶ Vorauswahl iSe vorgewählten Standardoption
- ▶ Nörgelei („Nagging“)
- ▶ schwierige Stornierungen
- ▶ „erzwungene“ Registrierung

# Dark Patterns in der Studie

## Weitere Formen

- ▶ nicht offengelegte Anzeigen
- ▶ Countdown-Timer
- ▶ emotional manipulative Maßnahmen
- ▶ versteckte Kosten
- ▶ Käufe in virtuellen Währungen, um Kosten zu verschleiern
- ▶ Nachrichten über geringen Bestand oder hohe Nachfrage
- ▶ Anzeigen von Aktivitäten anderer Kunden
- ▶ versteckte Abonnements bzw erzwungene Kontinuitäten

# Dark Patterns in der Studie

## Weitere Formen

- ▶ irreführende Aussagen von Verbrauchern (Testimonials)
- ▶ „Lockvogelangebote“, zB Empfehlung zusätzlicher ergänzender, aber nicht gesuchter Produkte
- ▶ bei Auswahlmöglichkeiten manipulative Wendungen verwendet
- ▶ Verhinderung von Preisvergleichen
- ▶ automatisches Hinzufügen nicht ausgesuchter Artikel zum virtuellen Warenkorb
- ▶ Trickfragen

# Manipulation und Marketing

## Wenig Neues

- ▶ (kommerzielle) Kommunikation ist Manipulation
- ▶ im Lauterkeitsrecht werden seit 100 Jahren auf Basis flexibler Generalklauseln die Grenzen der Zulässigkeit im Einzelfall gezogen

# Dark Patterns in der Studie

## Aktuelle Regelungen

- ▶ „Kundenfang“ (UWG)
- ▶ irreführende und aggressive Geschäftspraktiken (UWG / UGPRL)
- ▶ „Schwarze Liste“ (UWG / UGPRL)
  - ▶ *„Die unrichtige Behauptung, dass das Produkt nur eine sehr begrenzte Zeit oder nur eine sehr begrenzte Zeit zu bestimmten Bedingungen verfügbar sein werde ...“*
  - ▶ *„Redaktionelle Inhalte werden in Medien zu Zwecken der Verkaufsförderung eingesetzt und das Unternehmen hat diese Verkaufsförderung bezahlt, ohne dass dies aus dem Inhalt oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren ...“*

# Lauterkeitsrechtliche RahmenRL

## Änderungen der UGPRL

- ▶ 2005 (StF inkl Berichtigung)
  - ...
- ▶ 2019 OmnibusRL / ModernisierungsRL  
im Zug des „*New Deal for Consumers*“
- ▶ 2024 ECGTRL / EmpoweringRL  
im Zug des „*European Green Deal*“
- ▶ 202X?  
im Zug des „*Fitness Check of EU consumer law on digital fairness*“

# Sonstige Regelungen zu Dark Patterns

## Bestehende Regelungen

- ▶ *„Anbieter von Online-Plattformen [dürfen] ihre Online-Schnittstellen nicht so konzipieren, organisieren oder betreiben, dass Nutzer getäuscht, manipuliert oder anderweitig in ihrer Fähigkeit, freie und informierte Entscheidungen zu treffen, maßgeblich beeinträchtigt oder behindert werden“ (Art 25 Abs 1 DSA)*
- ▶ *„Torwächter sollten ihre Online-Schnittstellen nicht so gestalten, organisieren oder betreiben, dass Endnutzer getäuscht, manipuliert oder anderweitig in ihrer Fähigkeit, ihre Einwilligung frei zu erteilen, maßgeblich beeinträchtigt oder behindert werden“ (ErwGr 37 DMA)*

# Sonstige Regelungen zu Dark Patterns

## Geplante Regelungen

- ▶ Vorschlag für Data Act
- ▶ Vorschlag für Artificial Intelligence Act
- ▶ Vorschlag für VerbraucherrechteRL in Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge
- ▶ ~~Vorschlag für ECGTRL~~
  - ▶ „Praktiken, die bewirken oder bewirken können, dass die Autonomie, die Entscheidungsfreiheit oder die Wahlmöglichkeiten der Empfänger des Dienstes durch die Struktur, das Design oder die Funktionalitäten einer Online-Schnittstelle oder eines Teils davon absichtlich oder faktisch verzerrt oder beeinträchtigt werden“

Es bleibt spannend !