

Dark Patterns und Dark Nudges - und wie sie Glücksspiel fördern

Lucia A. Reisch

Full Professor, Dr. oec.

Copenhagen Business School, Kopenhagen

CCMP, Zeppelin Universität, Friedrichshafen

Beitrag zum 18. Symposium Glücksspiel – Forschungsstelle
Glücksspiel der Universität Hohenheim, Stuttgart (D)

16/17. März 2021 | Online-Veranstaltung

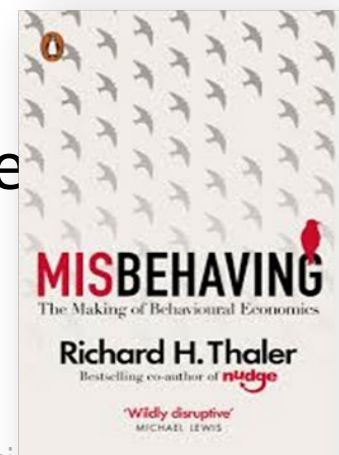
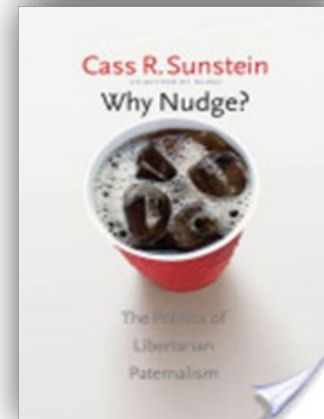
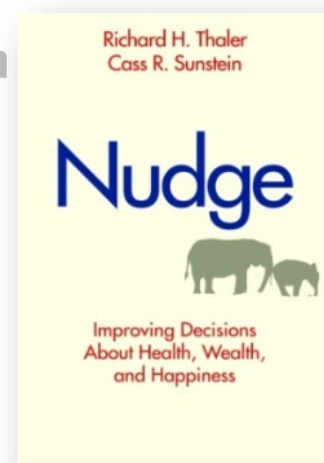
Was sind Nudges („Stupser“)

Verhaltensstimuli

- Instrumente der Verhaltenspolitik, die die Freiheit der Menschen nicht einschränken
- wirken durch die Gestaltung der Entscheidungssituation
- Berücksichtigen Biases und Heuristiken
- geben keine Ziele vor, sondern unterstützen die *Handlungsabsichten der Menschen*

kein(e):

- Zwang, Gesetze, Steuern, finanzielle Anreize Strafen, materielle Belohnungen, heimliche Manipulationen



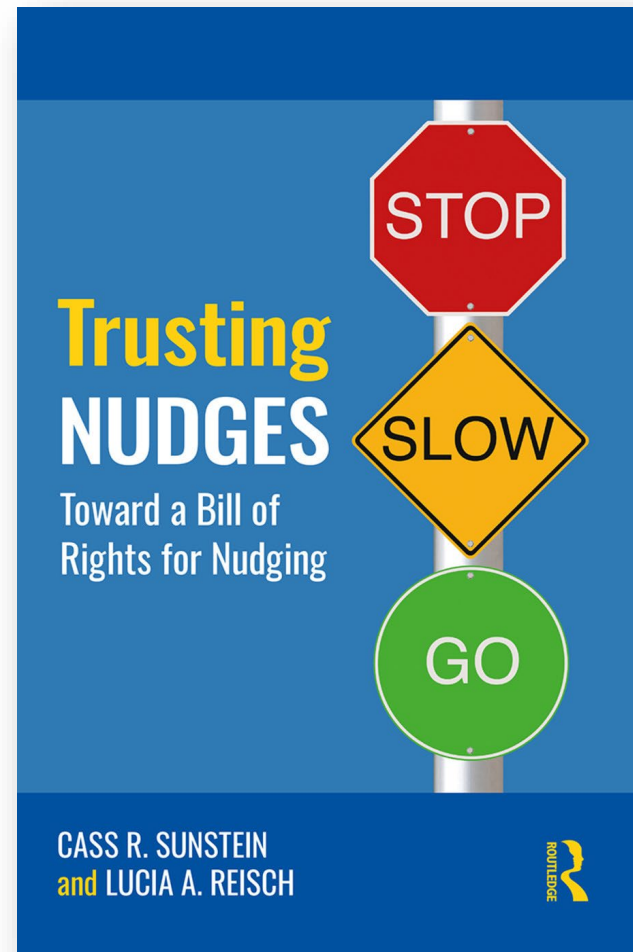
Die 10 wichtigsten Nudges

1. Default Regeln
2. Vereinfachung
3. Nutzen sozialer Normen
4. Bequemlichkeit erhöhen
5. Offenlegung und Transparenz
6. Warnhinweise
7. Selbstbindungs-Tools („Snudge“)
8. Erinnerungen
9. Umsetzungsintentionen abfragen
10. Rückmeldung über (früheres) Verhalten



Regulatives Nudging – „Nudging for Good“

1. Transparent und wahrhaftig: *All (regulatory) nudging should be transparent and never misleading.*
2. Echte Wahl: *It should be as easy as possible to opt out of a default - preferably with as little as one mouse click.*
3. Wohlfahrtsfördernd: *There should be good reason to believe that the behavior being encouraged will improve the welfare of those being nudged.*



Sludge oder „Dark nudge“-

Nudge, der selbstschädigendes Verhalten fördert

EDITORIAL

Nudge, not sludge

For some, the world is becoming increasingly complicated in that there are ever greater responsibilities, from selecting health insurance to figuring out how much to save for retirement. Ten years ago, my friend (and Harvard law professor) Cass Sunstein and I published a book called *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and*

Happiness that offered a simple idea. By improving the environment in which people choose—what we call the “choice architecture”—they can make wiser choices without restricting any options. The Global Positioning System (GPS) technology on smartphones is an example. You decide where you want to go, the app offers possible routes, and you are free to decline the advice if you decide to take a detour. Sunstein and I stressed that the goal of a conscientious choice architect is to help people make better choices “as judged by themselves.” But what about activities that are essentially nudging for evil? This “sludge” just mucks things up and makes wise decision-making and prosocial activity more difficult.

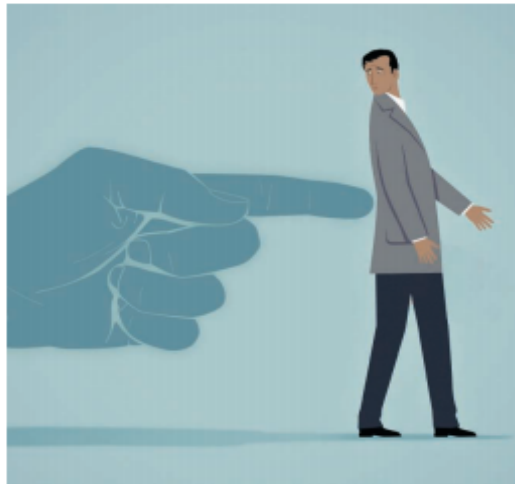
Helpful nudges abound—

fering the illusion of a rebate to the many people like me who never get around to claiming it. Because of such thick sludge, redemption rates for rebates tend to be low, yet the lure of the rebate still can stimulate sales—call it “buy bait.”

Public sector sludge also comes in many forms. For example, in the United States, there is a program called the earned income tax credit that is intended to

encourage work and transfer income to the working poor. The Internal Revenue Service has all the information necessary to make adjustments for credit claims by any eligible taxpayer who files a tax return. But instead, the rules require people to fill out a form that many eligible taxpayers fail to complete, thus depriving themselves of the subsidy that Congress intended they receive.

Similarly, one of the most important rights of citizens is the ability to vote. Increased voter participation can be nudged by automatically registering anyone who applies for a driver’s license. But voter participation can also be decreased through sludge, as the state of Ohio has recently done,



“...the goal...is to help people make better choices ‘as judged by themselves.’”



Richard H. Thaler
is the Charles R. Walgreen Distinguished Service Professor of Behavioral Science and Economics at the University of Chicago Booth School of Business, Chicago, IL, USA, and the 2017 Nobel laureate in economic sciences.
richard.thaler@chicagobooth.edu

Quelle: Thaler (2018) in *Science*

„Dark patterns“ – irreführende Designtricks

“Benutzeroberflächen, die Autonomie, Entscheidungsfindung oder Wahlmöglichkeiten der Nutzer:innen beeinträchtigen“

(Bundesregierung, Komm. zum Digital Services Act Entwurf, März 2021)

Benutzeroberflächenelemente und technische Tricks, designed um Verbraucher/Spieler zu Handlungen zu verlocken, die sie normalerweise nicht tun würden

(Martini et al. 2021)

- Ausnutzen der Informationsasymmetrie
- Ausnutzen von Biases (Überoptimismus, Ankereffekte, Repräsentativitätsbias u.a.)
- Ausnutzen von mangelnder Selbstkontrolle
- “Tyrannei der kleinen Bequemlichkeiten”

Beispiele – Online Handel

- Trickfragen
- Unterschieben weiterer Käufe („sneak into basket“), in-App-purchases (Versicherungen)
- Unterschieben von Abonnements
- Privacy Zuckering (Datenabsaugen)
- Vereitlung von Preisvergleichen
- Ablenkung
- Versteckte Kosten
- ConfirmShaming
- Versteckte Werbung
- Erzwungene Kontinuität

Beispiele – Glückspiel

- Jeder Schritt der Spieler "experience" wird optimiert und personalisiert verstärkt, oft auf Basis von hocheffizienten Algorithmen:
 - "near-miss" Resultate
 - als Gewinne verschleierte Verluste (Teilgewinne werden akustisch und visuell angezeigt)
- Hohe Geldsummen halten die Spieler lange im Spiel
- Touchscreen buttons minimieren den physischen Aufwand langer Spielsessions
- Internet-Spiel:
 - Zahl der Spieloptionen ist stark gestiegen, während die Resultate schwieriger zu interpretieren sind
 - höhere Frequenz, paralleles und komplexes Spiel
 - Sportwetten: je spezifischer, desto weniger wahrscheinlich

Wohlfahrtseffekte

- hohe Spielerverluste (USA: ca. 120 Mrd. USD 2016), allerdings auch hohe Staatseinnahmen
- „gesellschaftlich verschwenderisch“ – Transfer von tendenziell vulnerablen Gruppen zu Glücksspielindustrie und Profispielern
- Suchtverhalten in hohem Masse selbstschädigend und disruptiv
(mental, finanziell, beruflich, alltagspraktisch, familiär)

13. März 2021, 18:14 Uhr Spielsucht

Rechteckiges Ausschneiden

Der Hauptgewinn



Politikoptionen

- Initiativen „Verantwortungsvolles Spielen“ (*homo oeconomicus*)
- Finanzielle Beteiligung der Glückspielindustrie an Monitoring (CSR)
- Pflicht in Werbung zu Warnhinweisen (aber: fördert Stigmatisierung); ggf. edukative Nudges über „Sludges“
- Zugang erschweren
- Begrenzung der Verhaltensdatennutzung (Personalisierung)
- „Counter-Nudges“: Design der Bedienoberfläche
 - automatische Abschaltung (Selbstbindung, Defaults)
- Empirisch untersucht und für wirksam befunden:
 - Selbstbindungstools („snudges“) – Self-exclusion platforms
 - Feedback und Erinnerungen an langfristige Ziele
 - Vereinfachung (Transparenz) und klare Angaben des Risikos
 - graphische Warnhinweise (analog zu „FoP Labeling“ und Zigaretten)
 - keine vorgegebenen Limits (Ankereffekt), sondern Freifelder

Ausgewählte Literatur

- BIT - **Behavioural Insights Team** (2021). *Applying behavioural insights to design safer gambling tools*. Report. <https://www.bi.team/publications/applying-behavioural-insights-to-design-safer-gambling-tools/>
- Mario **Martini**, Christian **Drews**, Paul **Seeliger** & Quirin **Weinzierl** (2021). Dark Patterns. *Zeitschrift für Digitalisierung und Recht*, 1, 47-74.
- Philip W. S. **Newall** (2019). Dark nudges in gambling. *Addiction Research & Theory*, 27(2), 65-67, <https://doi.org/10.1080/16066359.2018.1474206>
- Philip W. S. **Newall**, Lukasz **Walasek**, Elliot A. **Ludvig** & Matthew J. **Rockloff** (2020). Nudge versus sludge in gambling warning labels. *PsyArXiv*. November 16, <https://doi.org/10.31234/osf.io/gks2h>
- Şebnem **Özdemir** (2020). Digital nudges and dark patterns: The angels and the archfiends of digital communication. *Digital Scholarship in the Humanities*, 35(2), 417-428, <https://doi.org/10.1093/llc/fqz014>
- Lucia A. **Reisch** (2020). Nudging hell und dunkel: Regeln für Digitales Nudging. *Wirtschaftsdienst*, 100(2), 87-91. [doi: 10.1007/s10273-020-2573-y](https://doi.org/10.1007/s10273-020-2573-y).