

# Nudges und Dark Patterns

Mittwoch, 18. März 2026, in Stuttgart



Centre Européen de la Consommation  
Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.

# Übersicht

## Themen

- 1. Informationen zu unserem Trägerverein und dem EVZ Deutschland**
- 2. Unterbewusste Manipulation: Nudges und Dark Patterns**
- 3. Ausblick in die Zukunft: Digital Fairness Act**

# Das Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V. (ZEV)

1993

**Gründung** des deutsch-französischen Vereins für Verbraucherfragen

2005

**Europäische Aufgaben** mit den **Europäischen Verbraucherzentren Deutschland und Frankreich**

**Bündelung von 9 nationalen Kontaktstellen für Deutschland und Frankreich** basierend auf EU-Recht zur Unterstützung von Verbraucherinnen und Verbrauchern

2023

Start des Projekts **Justiz ohne Grenzen** für eine effektive Ausübung der Rechte in der Grenzregion

2024

Ernennung zur qualifizierten Einrichtung für **EU-Verbandsklagen**

2025

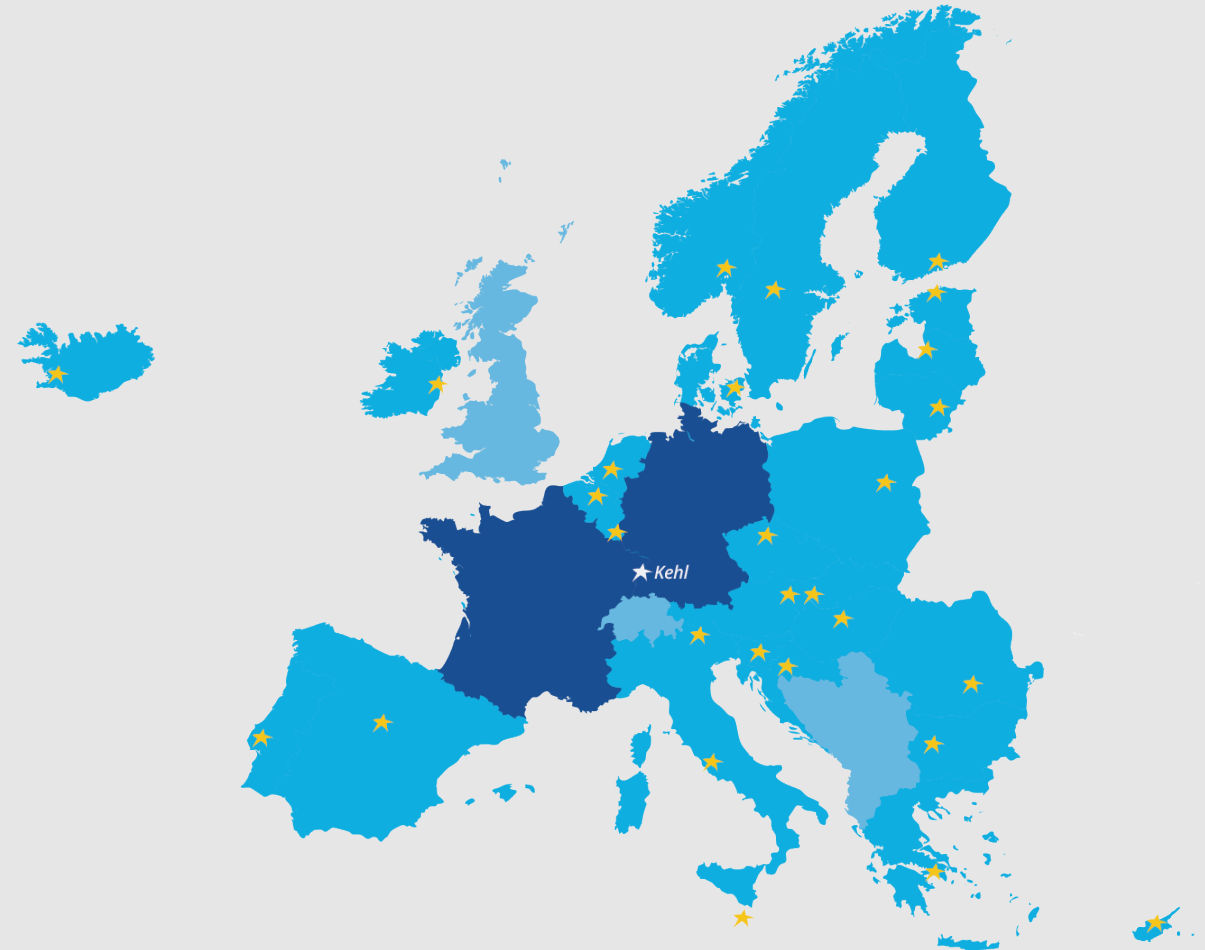
**Beschluss der Deutsch-Französischen Parlamentarischen Versammlung**, der die strategische Rolle und die Zusammenarbeit des ZEV in den deutsch-französischen Beziehungen anerkennt

# Unsere europäischen Aufgaben: Deutschland, Frankreich, ganz Europa



Das ZEV vereint die **Europäischen Verbraucherzentren Deutschland** und **Frankreich** unter einem Dach.

Damit ist es das einzige binationale Zentrum des Netzwerks ECC-Net.



# Nudges und Dark Patterns als Thema des Verbraucherschutzes

## Einleitung

### Was sind Nudges und Dark Patterns eigentlich?

#### **Nudges:**

Neutrale oder sogar positive Eingriffe, die Menschen zu besseren Entscheidungen führen sollen.

#### **Dark Patterns:**

Praktiken, die die Fähigkeit der Nutzer\*innen, autonome und informierte Entscheidungen zu treffen, absichtlich oder faktisch erheblich verzerren oder beeinträchtigen.

#### ➤ **Förderlich vs. missbräuchlich**

# Nudges und Dark Patterns als Thema des Verbraucherschutzes

## Aktuelle Beispiele

### Ganz vorne mit dabei: Online-Shopping

Wer kennt es nicht?

- Urlaubsplanung und Ticketkauf: auf der Website der Unterkunft wird angezeigt es sei nur noch eine begrenzte Zahl an Zimmer verfügbar
- Bestätigungsscham: Formulierungen, die Nutzer\*innen durch schlechtes Gewissen zu Handlung drängen
- Kündigung eines Abos: auf der Website wird Werbung für günstigere Abos gemacht bevor eine Weiterleitung zum Kündigungsbutton erfolgt

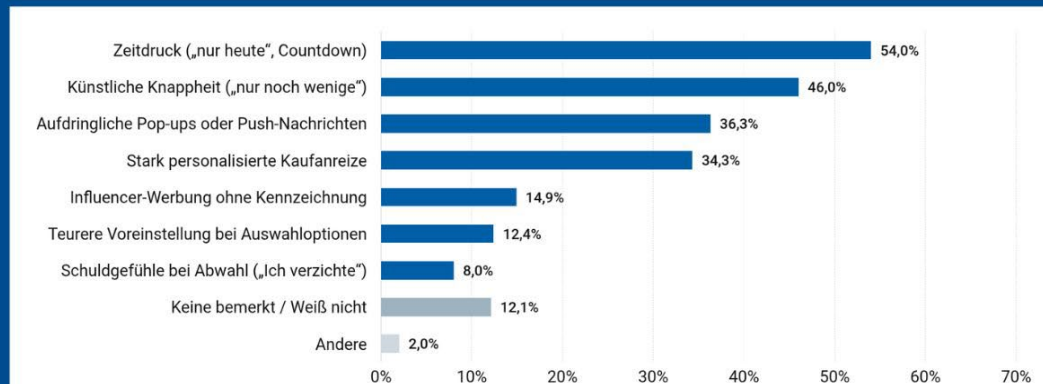
- **Verbraucher\*innen sind bei Online-Käufen leicht zu manipulieren**
- **Hervorrufen schlechten Gewissen**
- **Unterbewusste Beeinflussung von Entscheidungen**
- **Nutzer\*innen sollen möglichst lange auf Websites gehalten werden**

# Nudges und Dark Patterns - Umfrage

Wie Marketing-Tricks unsere Beeinflussbarkeit ausnutzen

Haben Sie beim Online-Shopping ein der folgenden Verkaufsmethoden bemerkt (z. B. rund um den Black Friday)?

Europäisches  
Verbraucherzentrum  
Deutschland



Projekt: ZEV e.V. – Black Friday / Week | Mehrfachantwort möglich | Stat. Fehler Gesamtergebnis: 2,5% | Stichprobengröße: 2.000 | Befragungszeitraum: 01.12.25 - 01.12.25 (Welle 1) | Ausgewertet nach Gesamtergebnis (Gesamtergebnis (ohne Filter))

Civey

Das Meinungsforschungsunternehmen Civey hat am 1.12.2025 für das Europäische Verbraucherzentrum Deutschland 2.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland online befragt, die einmal im Monat im Internet einkaufen. Die Ergebnisse sind unter Berücksichtigung des angegebenen statistischen Fehlers repräsentativ für die angegebene Gruppe.

# Nudges und Dark Patterns als Thema des Verbraucherschutzes

## Nudges und Dark Patterns im Glücksspiel

**Der Glücksspiel-Sektor bietet den perfekten Rahmen für den Einsatz von Nudges und Dark Patterns:**

- Hindernisse bei Auszahlung von Geld (Sludges)
- Lootboxen (Animierung von Verbraucher\*innen zum Kauf ungewisser Produkte)
- Hohe Voreinstellungen (Default Dark Patterns)
- Komplexe Bonusbedingungen
- Hürden beim Selbstschutz
- Irreführende Darstellung von Gewinnen
- Verzerrte Darstellung von Risiken
- Aggressive Rückgewinnungsstrategien

- **Verbraucher\*innen im Glücksspiel-Sektor besonders vulnerabel**
- **Online-Sektor permanent verfügbar**
- **Schnelle Übergänge zwischen Spielen möglich**
- **Emotionale Impulse, Verluste und Hoffnung bereits getriggert**

# Nudges und Dark Patterns als Thema des Verbraucherschutzes

## Rechtsprechung zum Thema Dark Patterns

### Bisher:

Doppelte Aufforderungen zum Abschluss weiterer Käufe (OLG Bamberg, Urteil vom 5. Februar 2025, Az.: 3 UKI 11/24e)

- §4a Abs. 1 Nr. 3 UWG

Grundsätzlich in Bezug auf Dark Patterns relevante Normen des UWG:

- §3a UWG
- §4a UWG
- §5 UWG
- §5a UWG

### Relevanz im Glücksspielbereich:

- **Glücksspielanbieter nutzen dieselben manipulativen Muster – und das inzwischen meist auch online**
- **Glücksspielvorschriften sind Marktverhaltensregelungen iSv §3a UWG**
- **Dark Patterns können im Glücksspielbereich ebenfalls gegen §§3a, 4a, 5, 5a UWG verstoßen**

# Nudges und Dark Patterns als Thema des Verbraucherschutzes

## Beispiele

Einmalige Lieferung  
€25.99

Spar-Abo  
€24.69

Spare jetzt 5% und bis zu 15% bei regelmäßiger Lieferung.

- keine Gebühren
- jederzeit kündbar

**IN DEN WARENKORB**

Wir haben ein Gratis-Produkt für Sie hinzugefügt, damit Sie Ihr Produkt lange nutzen können.



**Bestellung abschließen**

**Dein Einkaufskorb fühlt sich leer an.  
Brauchst Du eine Inspiration?**

E-Mail Adresse

**Inspiration zusenden**

Nein, danke. Ich möchte keine Inspiration.

# Nudges und Dark Patterns als Thema des Verbraucherschutzes

Aktuelles

**Neu:** Art. 25 Abs. 1 DSA

Anbieter von Online-Plattformen dürfen ihre Online-Schnittstellen nicht so konzipieren, organisieren oder betreiben, dass Nutzer\*innen getäuscht, manipuliert oder anderweitig in ihrer Fähigkeit, freie und informierte Entscheidungen zu treffen, maßgeblich beeinträchtigt oder behindert werden.

- **Verhältnis zwischen UWG und DSA noch unsicher**
- **Rechtsprechung bisher noch zurückhaltend mit der Anwendung des DSA**
- **Meldung an Digital Services Coordinator möglich (Bundesnetzagentur in Deutschland)**

# Nudges und Dark Patterns als Thema des Verbraucherschutzes

Aktuelles

**Neu:** Artikel 13 Abs. 4 DMA

Durch Art. 13 Abs. 4 DMA wird Gatekeepern jede Form der Umgehung der in den Artikeln 5, 6 und 7 DMA festgelegten Pflichten verboten.

- **Ziel: Marktkontrolle und faire Wettbewerbsbedingungen**
- **Bisher keine Rechtsprechung**
- **Verhältnis zu UWG: dieses greift insb. bei kleineren Plattformen, während DMA bei großen Plattformen greift**

# Nudges und Dark Patterns als Thema des Verbraucherschutzes

Aktuelles

**Ziel: Unterbinden manipulativer Designs, intransparenter Preismodelle und unfairer Geschäftspraktiken**

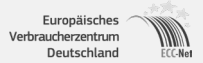
**Bisher:**

- UWG
- DSA
- DMA
- AI Act

- **DSA: Relevanz für Glücksspiel durch Verbot von Dark Patterns, Transparenzpflichten, Risikominimierung, Beschwerdemechanismen**
- **DMA: Vorteil für Glücksspielanbieter**
- **AI Act: Glücksspielanbieter setzen zunehmend AI ein für personalisierte Werbung und verhaltensmanipulative Spielmechaniken**

# Ausblick in die Zukunft: Digital Fairness Act

Aktuelles



## Was ist konkret geplant?

- Verbot / starke Regulierung von Dark Patterns
- Verbot / starke Regulierung von addictive designs
- Verbot / starke Regulierung von Personalisierungen
- Regeln für Influencer-Marketing
- Regeln für digitale Verträge und Abomodelle

## Zusammengefasst:

Harmonisierung und Modernisierung der europäischen Vorschriften im digitalen Bereich

## Auswirkungen auf Glücksspiel-Bereich:

- **Besonders suchtfördernde Designmechanismen werden im Glücksspiel-Bereich eingesetzt**
- **Einschränkungen bei personalisierter Werbung**
- **Marketing erfolgt auch hier immer öfter über Streaming-Plattformen**
- **Beseitigung von Subscription-Traps**

# Fazit

- Verbraucherschutz digital erfordert Anpassungen, da rasante Entwicklungen
- Zunehmend grenzüberschreitende Zusammenarbeit und Harmonisierung
- Modernisierungen und Anpassungen an Entwicklungen kommen langsam – insbesondere im digitalen Bereich



Centre Européen de la Consommation  
Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.

# Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.

