

WENN **DESIGN** ENTSCHEIDET, WAS DU KLICKST



THORLEIF HARDER

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Institut für Interaktive Systeme, Technische Hochschule Lübeck

Studium der Medieninformatik

Doktorand an der Universität zu Lübeck

Gestaltung von Persuasiven Technologien in digitalen Lernumgebungen

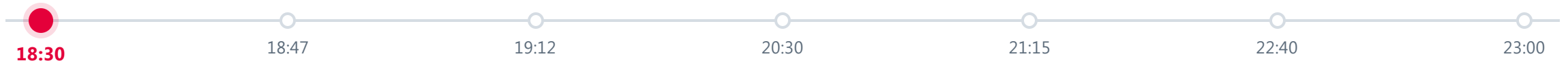
Forschungsprojekte

Innovative Hochschule & KI-Anwendungszentrum



18:30.

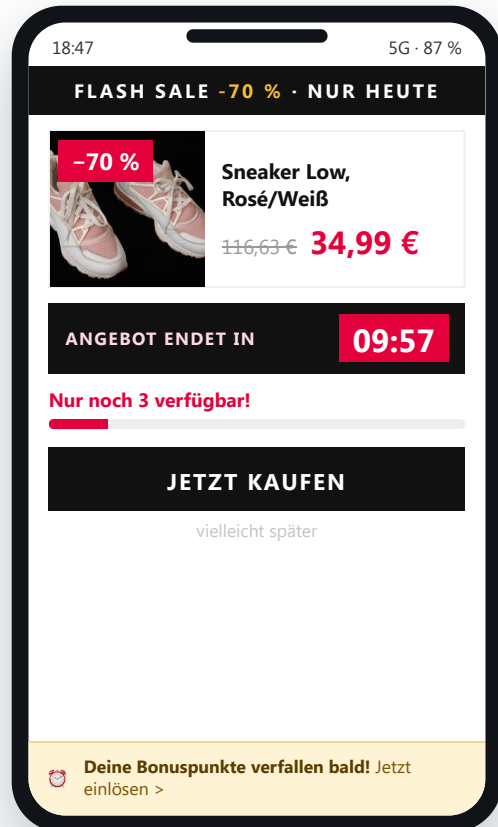
Du sitzt auf der Couch & greifst zum Handy.
Die nächsten Stunden gehören also ... **dir?**



18:47

SHOPPING-APP

SCHNELL NOCH ETWAS BESTELLEN



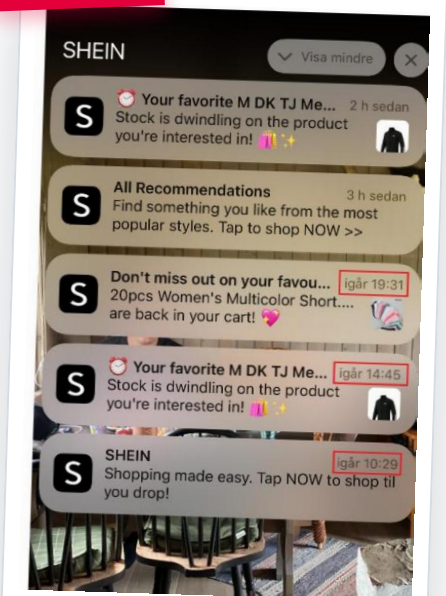
WAS HIER PASSIERT

Countdown, Restbestand und Rabatt erzeugen Zeitdruck, wo *manchmal* keiner ist. Wer glaubt, gleich etwas zu verpassen, vergleicht nicht mehr. Der Timer links läuft übrigens wirklich und startet bei jedem Besuch von vorn.

Die EU-Kommission forderte SHEIN im Mai 2025 auf, Scheinrabatte und Kaufdruck zu beenden. Aus der Beschwerde von 25 Verbraucherorganisationen: „Du bist für Promotionen berechtigt! Willst du wirklich gehen?“

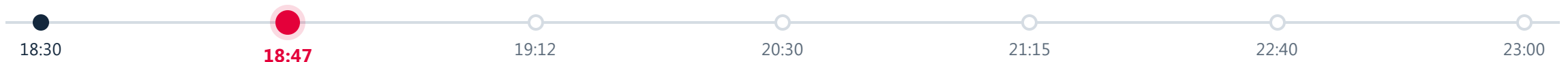
EU-Kommission/CPC-Netzwerk 2025 · BEUC-Beschwerde, Juni 2025

ORIGINAL

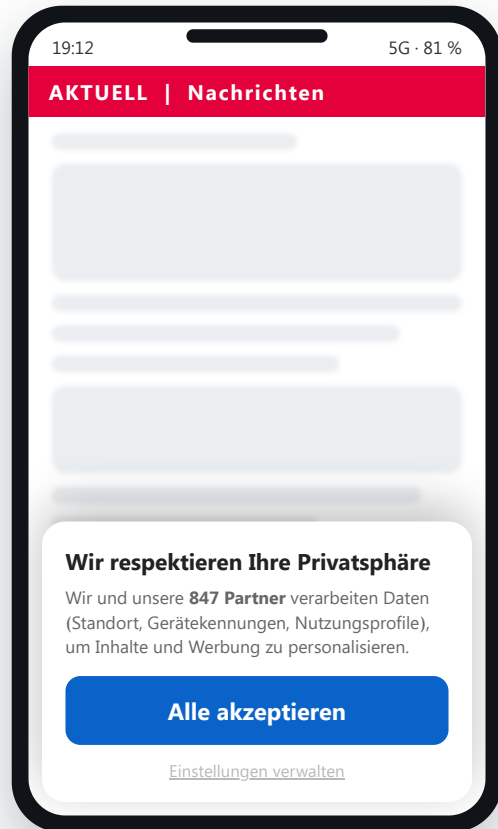


12 Push-Nachrichten an einem einzigen Tag, dokumentiert in der BEUC-Beschwerde gegen SHEIN (März 2025).

► Der Countdown läuft nicht für dich, sondern gegen dich.



KURZ DIE NACHRICHTEN LESEN



WAS HIER PASSIERT

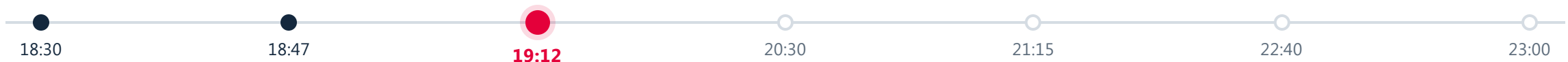
1 Klick bis „Zustimmen“ gegen 5 Klicks bis „Ablehnen“

Beide Wege sind erlaubt, aber nur einer ist bequem. Welche Entscheidung mühelos ist und welche Arbeit macht, legt allein die Gestaltung fest. Am Feierabend gewinnt fast immer der bunte Knopf.

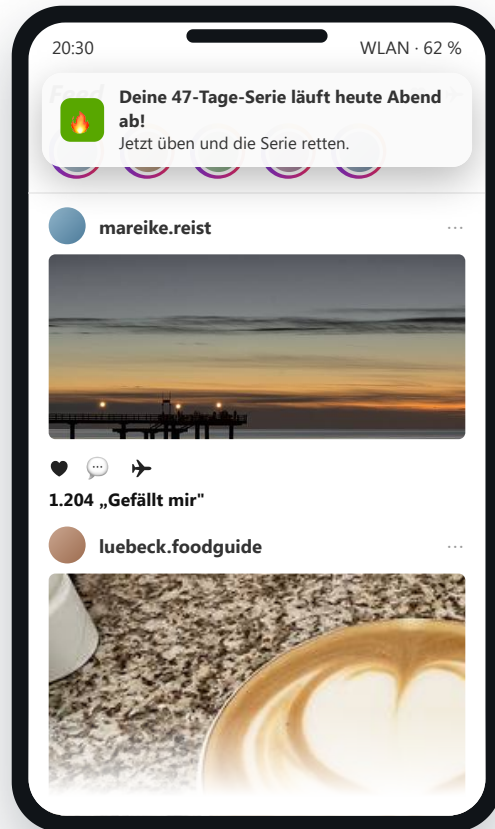
Nach Einführung der DSGVO erfüllten nur **11,8 %** der untersuchten Cookie-Banner die Mindestanforderungen, zum Beispiel: Ablehnen so einfach wie Zustimmung.

Nouwens et al. (2020)

► Der schnellste Klick ist selten der beste für dich.



EINMAL DURCH DEN FEED SCHAUEN



WAS HIER PASSIERT

Der Feed lädt beim Scrollen einfach immer weiter nach. Mal ist der nächste Beitrag uninteressant, mal großartig, und genau diese Ungewissheit hält beim Wischen. Die Serie in der Lern-App erhöht den Druck zusätzlich: Wer heute aussetzt, verliert 47 Tage.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband fand solche Muster auf **allen 18 untersuchten** Plattformen und Marktplätzen, obwohl Art. 25 des Digital Services Act manipulatives Design auf Plattformen bereits untersagt.

vzbv-Untersuchung, Januar 2025

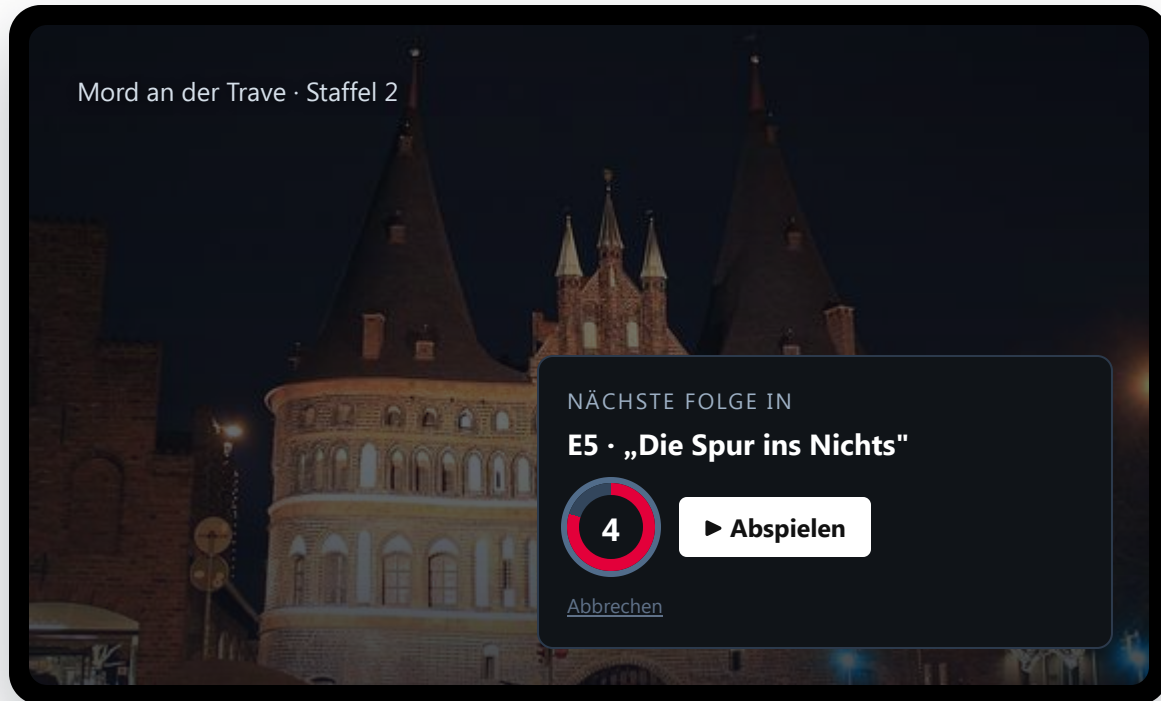
► **Das Ende des Feeds wurde absichtlich abgeschafft.**



21:15

STREAMING

EINE FOLGE NOCH



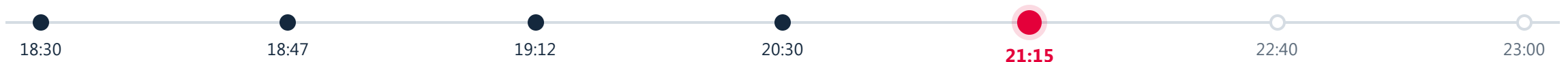
WAS HIER PASSIERT

Niemand hat „nächste Folge“ gedrückt. Weiterschauen ist hier die Voreinstellung, Aufhören verlangt eine aktive Entscheidung. Solange du nichts tust, entscheidet das Design, und zwar Folge um Folge.

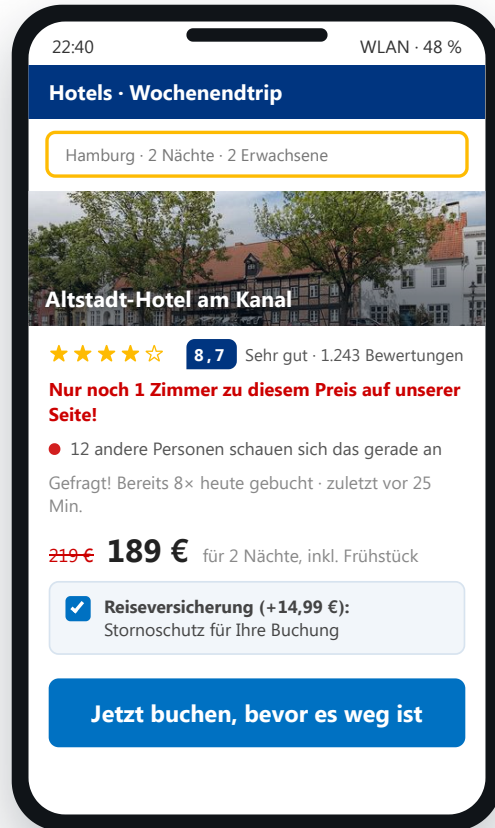
Genau hier setzt die EU an: Für den Digital Fairness Act wird ein **„Ausschalt-Knopf“** erwogen: Autoplay, endloses Scrollen und Aktivitäts-Belohnungen sollen sich abschalten lassen.

EU-Kommission, Vorarbeiten zum Digital Fairness Act, 2026

▶ **Aufhören ist die einzige Option, die Arbeit macht.**



NOCH DAS HOTEL FÜRS WOCHENENDE BUCHEN



WAS HIER PASSIERT

Ob das Hotel zu dir passt, beantwortet diese Seite nicht. Restbestand, Mitleser und letzte Buchung sagen nur: Beeil dich. Und die Reiseversicherung lag schon im Warenkorb, bevor du dich entschieden hast.

In einer Analyse von rund 11.000 Shopping-Websites gehörten Knappheits- und Beliebtheits-Anzeigen zu den häufigsten dokumentierten Manipulationsmustern.

Mathur et al. (2019)

► Knappheit ist hier Verkaufsargument, keine Information.



WAS DIESER ABEND GEKOSTET HAT

GELD

49,98 €

1 Impulskauf (34,99 €) + 1 vorausgewählte
Versicherung (14,99 €)

DATEN

847 Partner

mit einem einzigen bequemen Klick
akzeptiert, und das auf nur einer von
mehreren Websites

ZEIT

2:10 h

am Bildschirm, geplant waren 20 Minuten

97 %

der beliebtesten Websites und Apps in der EU setzen
mindestens ein solches manipulatives Designmuster
ein. In Online-Shops sind rund 40 %.

(EU-Kommission, Studie zu Dark Patterns, 2022)



WARUM FALLEN WIR DARAUF REIN?

Die Psychologie hinter dem Design des Abends.



WARUM UNSER KOPF DA MITMACHT

SYSTEM 1

DER AUTOPILOT

schnell, mühelos, immer an: Er fährt den gewohnten Heimweg, liest Gesichter, tippt auf den bunten Knopf. Abends auf dem Sofa trifft er fast alle Entscheidungen.

SYSTEM 2

DAS BEWUSSTE DENKEN

langsam, gründlich, anstrengend: Es rechnet 17×24 , liest das Kleingedruckte, vergleicht Preise. Nach einem Arbeitstag bleibt es gern aus. *(Kahneman 2011)*

WAS HINTER DEN TRICKS DES ABENDS STECKT

18:47 „Nur noch 3 verfügbar!“

Verlustangst *Scarcity & Urgency*

Ein drohender Verlust wiegt schwerer als ein möglicher Gewinn. Wer glaubt, gleich etwas zu verpassen, hört auf zu vergleichen.

19:12 Der bunte Cookie-Knopf

21:15 „Nächste Folge in 5...4...3...“

Trägheit *Default Effect*

Die Voreinstellung gewinnt, weil Ändern Aufwand bedeutet. Cookie-Banner und Autoplay nutzen hier genau denselben Trick.

20:30 Der Feed ohne Ende

Belohnungserwartung *Variable Rewards*

Der nächste Beitrag ist mal langweilig, mal großartig. Genau diese Unvorhersehbarkeit macht das Aufhören so schwer.

22:40 „12 andere schauen gerade“

Herdentrieb *Social Proof*

Wenn viele Menschen etwas tun, wirkt es automatisch richtig. Das ersetzt die eigene Prüfung, ohne dass wir es merken.

► **Diese Muster nutzen keine Dummheit aus, sondern normale menschliche Denkweisen.**

Manche Entscheidungen treffen wir nicht nebenbei.

Ein Blick auf zwei bewusste, größere Kaufentscheidungen.

WIR BUCHEN GEMEINSAM EINEN FLUG

Ryanair.com · Hamburg-Dublin, hin und zurück	
Nur noch 2 Plätze zu diesem Preis	
Hinflug	19,99 €
Rückflug separat berechnet, keine Zwischensumme	24,99 €
Sitzplatz & Reiseversicherung beide automatisch vorausgewählt	21,49 €
Priority & 2 Cabin Bags „Plus“-Tarif, optisch hervorgehoben EMPFOHLEN	26,99 €
GESAMTPREIS statt anfangs 19,99 €	93,46 €

Klicken Sie sich mit durch.

Eine laufende Gesamtsumme zeigt Ryanair an keiner Stelle im Ablauf.

► Jede einzelne Position wirkt klein. Die Summe überrascht erst ganz am Schluss.

Ryanair ist kein Einzelfall - Apple hat genauso gearbeitet.

APPLE: 2020 UND HEUTE

iPhone 12 Konfigurator - Darstellung 2020

Das Einsteigermodell **599 €**
„Deshalb sind wir hier. Das reicht doch völlig.“

Eine Modellstufe höher **+200 €**
„Die Kamera ist wirklich deutlich besser.“

Doch das größere Display **+120 €**
„Wir schauen ja doch viele Videos darauf.“

Mehr Speicher **+170 €**
„128 GB sind heute wirklich zu wenig.“

Finanzierung: 24 × 45 € **± 0 €**
„Klingt nach viel weniger als der Gesamtpreis.“

Und die Versicherung **+169 €**
„Bei dem Preis will man ja abgesichert sein.“

1.258 €

iPhone 17 Konfigurator - Darstellung heute

iPhone 17, 256 GB **1.099 €**

512 GB **1.349 €**
Direkter Gesamtpreis, keine Delta-Anzeige

AppleCare+ **1.578 €**
Wieder direkt als neuer Gesamtpreis

Ratenzahlung, 24 Monate **≈ 66 €/Monat**
Auch hier: klingt nach weniger als der Gesamtpreis

1.578 €

► **Bei der Ratenzahlung bleibt der Trick derselbe. Der Weg dorthin ist heute leichter zu durchschauen.**

DER ERSTE PREIS IST DER ANKER

Ankereffekt *Anchoring*

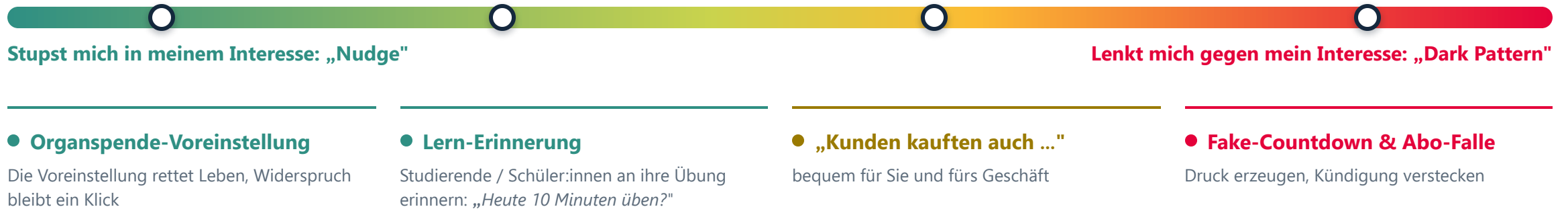
Ob Flug, Abo oder Warenkorb: Der erste Preis bleibt als Maßstab im Kopf. Ein einzelner Aufschlag wirkt daran gemessen klein - auch wenn am Ende weit mehr steht.



Ein Gericht in Brüssel urteilte am 28. Januar 2026, dass genau diese Praktiken unzulässigen Druck erzeugen. Ryanair muss Website und App binnen drei Monaten ändern, sonst drohen bis zu 1 Million Euro.

Tversky & Kahneman 1974, Science · Gericht Brüssel, Urteil 28.01.2026

DIESELBE PSYCHOLOGIE KANN AUCH HELFEN



- 1 In wessen Interesse lenkt es?
- 2 Ist die Lenkung transparent?
- 3 Kann ich leicht anders entscheiden?

Thaler & Sunstein 2008; Gray et al. 2018

► **Design ist nie neutral. Entscheidend ist, in wessen Interesse es lenkt.**

IST DAS EIGENTLICH ALLES ERLAUBT?

Die Rechtslage heute und die Pläne aus Brüssel.

WAS HEUTE SCHON GILT

UGP-Richtlinie / UWG

EU-Lauterkeitsrecht, 2005

verbietet „unlautere Geschäftspraktiken“, allerdings mit Generalklauseln, die für jeden Einzelfall ausgelegt werden müssen.



Aber: Stammt von 2005, zwei Jahre vor dem iPhone. Dark Patterns stehen dort nicht drin.

DSGVO

Datenschutz, seit 2018

verlangt freiwillige, informierte Einwilligung. Deshalb gibt es die Banner überhaupt.



Aber: Greift nur, wenn es um personenbezogene Daten geht, nicht bei Countdown und Knappheit.

Digital Services Act, Art. 25

Plattformregeln, seit 2024

untersagt manipulatives Interface-Design, aber nur auf Online-Plattformen, nicht in jedem Shop.



Aber: Schwierigkeiten bei der Durchsetzung: Der vzbv fand die Muster trotzdem auf allen 18 untersuchten Plattformen.

7,9 Mrd. €

So viel Schaden entsteht Verbraucherinnen und Verbrauchern in der EU **jedes Jahr** durch Verstöße gegen Verbraucherrecht. Am stärksten betroffen sind die Jüngsten. (EU-Fitness-Check 2024)

DER DIGITAL FAIRNESS ACT: WAS KOMMEN SOLL

Geplanter Gesetzesvorschlag der EU-Kommission (Kommissar Michael McGrath), auf Basis des Fitness Checks und einer Konsultation mit tausenden Eingaben.

1

Dark Patterns ausdrücklich verbieten

Klare Verbote statt Generalklauseln, zum Beispiel für Fake-Countdowns und Kaufdruck-Design.

2

Ausschalt-Knopf für süchtig machendes Design

Autoplay, endloses Scrollen und Streaks sollen sich deaktivieren lassen.

3

Faire Personalisierung

Grenzen für personalisierte Preise auf Basis von Tracking sowie für Abo-Fallen.

4

Influencer & Schutz Minderjähriger

Klare Werberegeln; besondere Schranken für Kinder und Jugendliche, inkl. Lootboxen.

WO STEHT DAS GESETZ HEUTE?



Das heißt: **Es gilt noch nichts davon.** Aber genau jetzt wird verhandelt, was künftig erlaubt ist. Öffentliche Aufmerksamkeit ist Teil dieses Prozesses.

WAS DU HEUTE SCHON TUN KANNST

1

Der Countdown-Test

Tab schließen, morgen wiederkommen. Läuft der Timer wieder von vorn, weißt du, was er wert war.

2

Voreinstellungen zurückerobern

Autoplay aus, Benachrichtigungen aufräumen & Feed auf „chronologisch“ stellen. Die Optionen existieren, sie sind leider nur gut versteckt.

3

Den grauen Link suchen

Beim Cookie-Banner lohnt der zweite Blick oder du nutzt gleich einen Browser, der Tracking automatisch ablehnt.

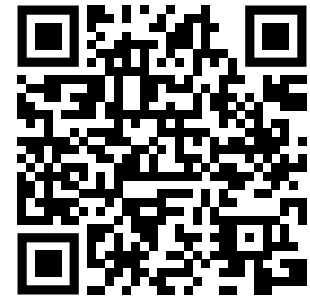
4

Melden statt ärgern

Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein & vzbv nehmen Beschwerden auf. Die Verfahren gegen SHEIN und Temu begannen genau so.

VIELEN DANK

- ▶ Manipulatives Design ist im Netz die **Regel** und nicht die Ausnahme: 97 % der beliebtesten Angebote nutzen es heutzutage.
- ▶ Es zielt auf die folgende drei Dinge ab: dein **Geld**, deine **Daten**, deine **Zeit**.
- ▶ Europa arbeitet mit dem **Digital Fairness Act** an neuen Regeln. Es lohnt sich, informiert zu bleiben.



Zu den Folien

Thorleif Harder

Institut für Interactive Systems, Technische Hochschule Lübeck

thorleif.harder@th-luebeck.de

LITERATUR & MATERIAL

WISSENSCHAFT

- Gray, C. M., Kou, Y., Battles, B., Hoggatt, J. & Toombs, A. L. (2018). The dark (patterns) side of UX design. *Proceedings of CHI '18*. <https://doi.org/10.1145/3173574.3174108>
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Mathur, A., Acar, G., Friedman, M. J., Lucherini, E., Mayer, J., Chetty, M. & Narayanan, A. (2019). Dark patterns at scale: Findings from a crawl of 11K shopping websites. *PACM HCI*, 3(CSCW), Art. 81. <https://doi.org/10.1145/3359183>
- Nouwens, M., Liccardi, I., Veale, M., Karger, D. & Kagal, L. (2020). Dark patterns after the GDPR: Scraping consent pop-ups and demonstrating their influence. *Proceedings of CHI '20*. <https://doi.org/10.1145/3313831.3376321>
- Thaler, R. H. & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124-1131. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>

BERICHTE & VERFAHREN

- BEUC (2025). „1 click to buy (more)“: *How fast fashion giant SHEIN uses dark patterns*. BEUC-X-2025-051, Brüssel.

- Europäische Kommission (2022). *Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: Dark patterns and manipulative personalisation*. Publications Office of the EU.
- Europäische Kommission (2024). *Fitness Check of EU consumer law on digital fairness*. SWD(2024) 230 final.
- Gericht in Brüssel (2026). *Urteil vom 28. Januar 2026 zu Ryanairs Buchungspraktiken* (Verknappungsmeldungen, Referenzpreise, Gebührenausschüttung). Belgien.
- Spanisches Ministerium für Verbraucherschutz (2024). *Bußgeldentscheidung gegen fünf Fluggesellschaften wegen irreführender Preispraktiken*. Madrid.
- Verbraucherzentrale Bundesverband (2025). *Manipulatives Design auf Online-Marktplätzen und Social-Media-Plattformen*. Untersuchung, Berlin.

BILDNACHWEISE

- Fotos in den App-Mockups via Wikimedia Commons: „Paar sneakers“ (Sammlung Modemuseum Hasselt, CC BY-SA 3.0), „Seebrücke in Rerik“ (Wilmandi Photography, CC BY 3.0), „Hearts in latte art, Kraków“ (Kgbo, CC BY-SA 4.0), „Lübeck, An der Obertrave“ (Dietmar Rabich, CC BY-SA 4.0), „Holstentor in Lübeck bei Nacht“ (eikeriedel, CC BY-SA 3.0). Original-Push-Screenshot: BEUC-Beschwerde (2025).

ZUM WEITERVERFOLGEN

- Europäisches Parlament, Legislative Train: „Digital Fairness Act“ · netzpolitik.org · verbraucherzentrale.sh