

# Exkurs: Rechtliche Einordnung von Dark Patterns

MODUL  
04

## Sind Dark Patterns illegal?

Eine klare Antwort auf die Frage, ob Dark Patterns rechtswidrig sind, gibt es leider nicht. Lässt sich eine Praktik als „Dark Pattern“ einordnen, bedeutet das nach der aktuellen Rechtslage nicht automatisch, dass sie auch illegal ist. Denn nicht alle Designtricks, die von Websitebetreibern eingesetzt werden, sind per se verboten.

Einige Dark Patterns lassen sich gesetzlichen Verboten zuordnen, andere bewegen sich hingegen in Graubereichen. Ein Problem hierbei ist, dass der Umgang mit Dark Patterns fast nirgends ausdrücklich geregelt ist. Ganz im Gegenteil: Viele Verbotsgesetze sind eigentlich auf andere Situationen zugeschnitten und passen nur zufällig auch auf Dark Patterns. Einige verbotene Praktiken lassen sich aber klar benennen. Diese möchten wir Ihnen im Folgenden vorstellen. Außerdem wird aufgezeigt, welche Rechte Sie haben, um sich gegen den Einsatz von Dark Patterns und dessen Folgen zu wehren.



Modul 4.8:  
manipulatives Design im  
Internet

## Dark Patterns und Verträge – was ist verboten?

Maria M. bekommt von Firma B per E-Mail Werbung für ein kostenloses Zeitschriftenabonnement. Die Zeitschrift soll monatlich geliefert werden und das Abo nach 6 Monaten automatisch enden. Maria freut sich über das tolle Angebot und klickt auf „Jetzt kaufen“. Was Maria entgangen ist: In den [Allgemeinen Geschäftsbedingungen \(AGB\)](#) der Firma B steht, dass pro Heft „Versandkosten“ in Höhe von 12,99 Euro anfallen, die innerhalb von zwei Wochen nach Erhalt der Zeitschrift zu entrichten sind. Als sie mit der ersten Ausgabe auch die erste Rechnung über 12,99 Euro erhält, fällt Maria aus allen Wolken. Sie fragt sich, was sie jetzt tun kann. Muss sie die Rechnung bezahlen?

Gegen Maria wurde ein ➤ Versteckte-Kosten-Pattern eingesetzt. Das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB) sagt dazu: Versandkosten müssen von Verbraucher:innen nur übernommen werden, wenn sie vorher darüber informiert wurden, dass Versandkosten anfallen und wie hoch diese sind. Die Informationen müssen unmittelbar vor Abschluss der Bestellung klar und deutlich angegeben werden. Werden diese Informationen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen versteckt, so wie es Firma B gemacht hat, sind die gesetzlichen Anforderungen nicht erfüllt. Maria wurde also nicht ordnungsgemäß über die Versandkosten informiert und muss sie deshalb auch nicht bezahlen. Sie kann das Abonnement weiter beziehen, ohne die Rechnungen zu begleichen.

Möchten Unternehmen Verträge mit Verbraucher:innen abschließen, so sind ihnen einige Grenzen gesetzt, was den Einsatz von Dark Patterns angeht.

- **Als kostenlos beworbene Leistungen und versteckte Kosten:** Grundsätzlich gilt: Werden Leistungen als kostenlos beworben oder angeboten, obwohl sie eigentlich kostenpflichtig sind, oder werden einzelne Kostenpunkte (wie zum Beispiel Lieferkosten) verschwiegen, sind Verbraucher:innen nicht verpflichtet, den nicht ausdrücklich vereinbarten Betrag zu bezahlen. In manchen Fällen kann sogar die Auflösung des gesamten Vertrags gefordert werden.
- **Untergeschobene Zusatzleistungen:** Es ist verboten, Verbraucher:innen Waren und Zusatzleistungen, wie beispielsweise kostenpflichtige Zusatzversicherungen für elektronische Geräte, anzudrehen, indem diese ohne Zutun der Kund:innen in den Warenkorb hinzugefügt werden. Leistungen, die Verbraucher:innen durch den ➤ Warenkorb-Trick untergeschoben werden, werden nicht Vertragsbestandteil. Daher sind Verbraucher:innen nicht verpflichtet, diese zu bezahlen oder anzunehmen. Haben sie bereits Zahlungen für die untergeschobene Leistung entrichtet, können diese zurückgefordert werden.

- **„Button-Lösung“:** Die sogenannte „Button-Lösung“ besagt, dass ein Klick auf eine Schaltfläche mit der Aufschrift „Jetzt bestellen“ nicht heißt, dass Verbraucher:innen die Ware oder Dienstleistung auch zahlen müssen. Die Formulierung „Jetzt bestellen“ ist zu vage und erfüllt nicht die gesetzlichen Anforderungen. Es kommt kein Vertrag zustande und Verbraucher:innen sind folglich nicht verpflichtet, den vereinbarten Preis zu zahlen, beziehungsweise können diesen zurückfordern, falls sie bereits gezahlt haben. Aber Achtung: Stehen auf dem Button die Formulierungen „Zahlungspflichtig bestellen“ oder „Jetzt kaufen“, gelten diese als eindeutig und sind damit bindend für Kund:innen.
- ➔ **„Forced Continuity Patterns“:** Verträge, die die regelmäßige Lieferung von Waren oder die regelmäßige Erbringung von Dienst- oder Werkleistungen zum Gegenstand haben, zum Beispiel Mitgliedschaften in Fitnessstudios oder Zeitschriftenabonnements, müssen nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit jederzeit mit einer Frist von einem Monat kündbar sein. Die Verwendung anderslautender Klauseln in Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist nicht gestattet. Nutzt ein Unternehmen trotzdem eine derartige Klausel in seinen AGB, so ist diese unwirksam.
- **„Kündigungs-Button“:** Unternehmen sind verpflichtet, zur Kündigung von ➔ Dauerschuldverhältnissen einen sogenannten Kündigungs-Button auf ihrer Website zu integrieren. Dabei handelt es sich um eine Schaltfläche, durch deren Anklicken man direkt und ohne Anmeldung im Kundenkonto zu einem Formular gelangt, über das man seine Verträge kündigen kann.

Dieser Button soll gewährleisten, dass Verträge online genauso leicht gekündigt wie abgeschlossen werden können. Er ist für fast alle online abschließbaren Verträge vorgeschrieben, zum Beispiel Abo-, Leasing- oder Mobilfunkverträge, sowie für in Ladengeschäften entstandene Verträge, falls diese Verträge grundsätzlich auch online abgeschlossen werden können.

Wird kein Kündigungs-Button bereitgehalten, der den gesetzlichen Anforderungen entspricht, können Verbraucher:innen den Vertrag jederzeit ohne Einhaltung einer Frist kündigen, selbst wenn eine Mindestvertragslaufzeit vereinbart wurde.



**Modul 4.2:  
Abzockmaschine**



**Unzulässige AGB:  
§ 309 Nr. 9 BGB**



**Abo-Verträge für Dienstleistungen oder Waren, die ab dem 01.03.2022 abgeschlossen wurden, können nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit monatlich gekündigt werden.**



**Besondere Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr:  
§ 312j Abs. 3, 4 BGB**



**Kündigungsbutton nicht gefunden? So muss die Online-Kündigung aussehen:  
<https://s.rlp.de/pssm44>**

Ausdrücklich verboten sind außerdem:

1. unwahre Countdowns, die einfach ablaufen, ohne dass etwas passiert,
2. als Information getarnte Werbung,
3. die unwahre Bewerbung einer Leistung als kostenlos und
4. falsche Verbraucherbewertungen auf der eigenen Website oder das Irreführen über die Echtheit von Verbraucherbewertungen.



Dies ist festgelegt im Anhang zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), der sogenannten „schwarzen Liste“.

Werden Verbraucher:innen vor oder bei Vertragsschluss getäuscht, zum Beispiel durch den Einsatz von unwahren Countdown-Patterns, so können sie den Vertrag innerhalb eines Jahres ➔ anfechten. Der Vertrag wird dadurch unwirksam und Verbraucher:innen sind nicht mehr verpflichtet, den Kaufpreis zu bezahlen. Bereits geleistete Zahlungen können zurückgefordert werden.

### Tipp

Machen Sie auch von Ihrem Widerrufsrecht Gebrauch, wenn Sie mittels eines Dark Patterns zu einem Vertragsschluss verleitet worden sind! Fast alle Verträge, die Sie online abgeschlossen haben, können Sie innerhalb von 14 Tagen widerrufen. Der Widerruf ist die einfachste Möglichkeit, um sich von einem ungewollten Vertrag zu lösen, ohne in eine rechtliche Auseinandersetzung mit dem Unternehmen treten zu müssen.



Mehr Informationen zum Widerrufsrecht finden Sie in Modul 4.3: Rechte der Verbraucher:innen.

## Viele Cookie-Banner verstoßen gegen geltendes Recht

Viele der Cookie-Banner, die auf Websites oder in Apps eingesetzt werden, nutzen rechtliche Graubereiche aus, um Daten ohne rechtliche Grundlage zu erheben.

Bei jedem Webseiten- oder App-Besuch werden Daten verarbeitet. Diese Datenverarbeitung ist nur rechtmäßig, wenn Verbraucher:innen in sie eingewilligt haben. Die Einwilligung wird in der Regel über ein Cookie-Banner eingeholt.

An die Einwilligung bestehen relativ hohe Anforderungen. Insbesondere muss sie freiwillig erfolgen.

Zweifelhaft ist die Freiwilligkeit der Einwilligung vor allem, wenn

- die Schaltfläche, mit der dem Cookie-Einsatz zugestimmt wird, farblich stark gegenüber der Schaltfläche mit der ablehnenden Option hervorgehoben ist,
- die Schaltfläche, mit welcher der Cookie-Einsatz abgelehnt werden kann, schlecht wahrnehmbar ist, weil sie zum Beispiel in einem Fließtext versteckt ist,
- für das Ablehnen der Cookies mehr Klicks erforderlich sind als für das Annehmen (Klickmüdigkeit).

**Ausnahme:** Durch weitere Klicks gelangt man in ein Menü, in dem individuelle Datenschutzeinstellungen vorgenommen werden können. Das heißt, der Mehraufwand durch zusätzliche Klicks muss einen Sinn haben und darf keine reine Schikane sein,

- das Ablehnen der Cookies im Menü durch eine Vielzahl von Einstellungsmöglichkeiten erschwert wird,
- Verbraucher:innen ein Angebot nur nutzen können, wenn sie allen Cookies zustimmen.

Von der Unwirksamkeit der Einwilligung kann insbesondere ausgegangen werden, wenn mehrere dieser Voraussetzungen gleichzeitig vorliegen.



**Modul 6.3:**  
Wann und wo werden Daten preisgegeben?  
Datenspuren im Internet



Vom Einwilligungserfordernis gibt es einige Ausnahmen, zum Beispiel das berechtigte Interesse oder die Datenverarbeitung, die notwendig ist, um die Seite oder die App zu betreiben. Dieser Datenverarbeitung muss nicht zugestimmt werden.



**Modul 4.8:**  
manipulatives Design  
im Internet



**Urteil gegen den Einsatz von Tracking-Cookies:**  
<https://s.rlp.de/pssm45>

Einige Cookie-Banner basieren auf sogenannten Opt-out-Modellen. ➔ „Opt-out“ bedeutet, dass die Kästchen, durch welche bestimmte Cookies angenommen werden, bereits durch den Websitebetreiber vorausgewählt sind. Dieses Verfahren ist unrechtmäßig. Alle Kästchen müssen durch die Verbraucher:innen selbst angeklickt werden (➔ „Opt-in“), denn die Einwilligung muss ausdrücklich erfolgen.

Ist die Einwilligung in die Cookie-Verarbeitung mittels eines unzulässigen Cookie-Banners eingeholt worden, so ist sie unwirksam und die Datenverarbeitung unrechtmäßig.

Verbraucher:innen können stets Auskunft darüber verlangen, welche Daten über sie erhoben und verarbeitet wurden. Außerdem können sie Unternehmen auffordern, alle personenbezogenen Daten zu löschen. Im Falle unrechtmäßiger Datenerhebung und -verarbeitung kann unter Umständen auch ein Schadensersatzanspruch bestehen, dieser fällt in der Regel aber gering aus.

### Tipp

Ob und inwieweit Ansprüche bestehen, wenn ein Dark Pattern eingesetzt wurde, ist für Nichtjurist:innen oft schwer zu beurteilen. Die Verbraucherzentralen beraten Sie gerne und helfen Ihnen bei der Durchsetzung Ihrer Rechte.

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

## Verschärfte Pflichten für Onlineplattformen seit dem 17.02.2024

Seit dem 17.02.2024 gilt für Onlineunternehmen der Pflichtenkatalog des Digital Services Act (DSA). Dieser untersagt es Onlineplattformen, Verbraucher:innen durch ihre Webseitengestaltung zu täuschen, zu manipulieren oder auf sonstige Weise maßgeblich in ihrer Entscheidungsfreiheit zu beeinträchtigen, sprich: gewisse Dark Patterns gegen sie einzusetzen. Er ist damit der erste Rechtsakt, der Dark Patterns in der Onlinewelt bewusst in den Blick nimmt.

Onlineplattformen sind zum Beispiel Onlinemarktplätze wie Amazon, soziale Netzwerke wie Instagram und TikTok, Plattformen wie Airbnb und App-Stores wie der Google Playstore. Einfache Webshops



**Gestaltung und  
Organisation der  
Online-Schnittstelle:  
Artikel 25 DSA**

oder journalistische Onlineangebote fallen hingegen nicht unter die Definition.

Der DSA reguliert ausdrücklich Forced Continuity Patterns, ➔ Nagging Patterns und ➔ False Hierarchy Patterns. Es bleibt abzuwarten, welche Dark Patterns sonst noch von dem Verbot erfasst sind. Bisher ist nämlich noch unklar, wann eine Praktik Verbraucher:innen „maßgeblich“ beeinträchtigt und welche Art der Einflussnahme auf der anderen Seite gerade noch in Ordnung ist. Den Grenzen der Vorschrift muss durch die Gerichte erst noch Kontur verliehen werden.



Mehr Informationen zum DSA finden Sie unter:  
<https://s.rlp.de/pssm47>

## Kollektive Rechtsdurchsetzung

Die Verbraucherzentralen und der ➔ vzbv sind befugt, Unternehmen wegen der Verwendung illegaler Dark Patterns abzumahnern und sie zu verklagen. Haben die Verbraucherzentralen mit der Abmahnung beziehungsweise der Klage Erfolg, drohen den Unternehmen Vertragsstrafen oder gerichtliche Ordnungsgelder, wenn sie das entsprechende Dark Pattern künftig weiter einsetzen.

### Tipp

Tipp: Melden Sie Ihren Verbraucherzentralen Dark Patterns, die Ihnen online begegnen. Diese können juristisch gegen unrechtmäßige Praktiken vorgehen.

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

## Glossar

**Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB):** Allgemeine Geschäftsbedingungen sind Vertragsbedingungen, die meistens von Unternehmen gegenüber Verbraucher:innen eingesetzt werden. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie durch die Unternehmen vorformuliert wurden, damit diese nicht mit einzelnen Verbraucher:innen in Vertragsverhandlungen eintreten müssen. Da Unternehmen durch AGB eine höhere Gestaltungsmacht über den Vertragsinhalt haben als Verbraucher:innen, gibt es einige gesetzliche Vorschriften, die den Einsatz von AGB regulieren. So soll sichergestellt werden, dass Verbraucher:innen fair behandelt und ihre Rechte nicht über AGB übergangen werden.

**Anfechten/Anfechtung:** Die Anfechtung ist eine Methode, um sich von einem ungewollten Vertrag zu lösen. Durch die Anfechtung wird der Vertrag nichtig, was bedeutet, dass er so zu behandeln ist, als wäre er nie abgeschlossen worden. Alles, was man von der anderen Vertragspartei erhalten hat, muss zurückgegeben werden. Die Anfechtungsfrist beträgt im Falle der Täuschung ein Jahr. Angefochten wird am besten durch schriftliche Erklärung.

**Dauerschuldverhältnis:** Bei einem Dauerschuldverhältnis wird der Vertrag, anders als zum Beispiel bei einem Kaufvertrag, nicht dadurch erfüllt, dass die Leistungen einmalig ausgetauscht werden (zum Beispiel Kaufgegenstand gegen Geld), sondern immer wieder über einen längeren Zeitraum hinweg erbracht werden. Als Beispiele lassen sich Streamingverträge mit Unternehmen wie Netflix oder Leasingverträge über Autos anführen.

**False Hierarchy Patterns:** Der Begriff „False Hierarchy“ kommt aus dem Englischen und bedeutet „falsche Hierarchie“. Gemeint ist, dass die vom Unternehmen präferierte Auswahlmöglichkeit visuell hervorgehoben wird, obwohl sie eigentlich gleichrangig zu anderen Optionen dargestellt werden sollte.

**Forced Continuity Patterns:** Der Begriff „Forced Continuity“ kommt aus dem Englischen und heißt in etwa „erzwungene Verlängerung“. Solche Dark Patterns dienen dazu, Verbraucher:innen länger in einem

Vertragsverhältnis zu halten, als sie es eigentlich wollen, indem etwa die Kündigung erschwert wird.

**Nagging Patterns:** Der Begriff „Nagging“ kommt aus dem Englischen und bedeutet „nörgeln“ oder „nerven“. Nagging Patterns zeichnen sich dadurch aus, dass Verbraucher:innen immer wieder aufgefordert werden, eine bestimmte Handlung vorzunehmen. Sie setzen darauf, dass Nutzer:innen die gewollte Handlung irgendwann einfach vornehmen, wenn man sie nur oft und beharrlich genug dazu auffordert, um nicht mehr mit der Aufforderung „belästigt“ zu werden.

**Opt-in:** Der Ausdruck „Opt-in“ kommt vom Englischen „to opt (for something)“ und bedeutet „sich für etwas entscheiden“. Bei einem Opt-in-Verfahren erteilen Verbraucher:innen aktiv ihre Zustimmung zu einem bestimmten Zweck, zum Beispiel zum Cookie-Einsatz oder zum Erhalt von Werbemails. Entscheidend ist, dass die Zustimmung ausdrücklich erteilt wird, etwa durch das Setzen eines Häkchens, und keine Vorauswahl getätigt wurde. Durch die aktive Zustimmung wird die Kontaktaufnahme per Mail oder der Einsatz von Cookies in der Regel rechtmäßig.

**Opt-out:** Das Opt-out-Verfahren bedeutet, dass ein Verhalten so lange gestattet ist, bis Verbraucher:innen ihm ausdrücklich widersprechen. Es ist das Gegenteil des Opt-in-Verfahrens.

**Versteckte-Kosten-Pattern:** Dies ist ein Sammelbegriff für alle Tricks, die eingesetzt werden, um zusätzliche Kosten zu verschleiern, die Verbraucher:innen im Rahmen einer Bestellung entstehen. Beispiele: Informationen über zusätzlichen Kosten werden in AGB versteckt oder Zusatzkosten werden erst im letzten Bestellschritt angezeigt.

**Vzbv:** Der Verbraucherzentrale Bundesverband (kurz: vzbv) ist der Dachverband der 16 Verbraucherzentralen der Länder und 29 weiterer verbraucherpoltischer Verbände in Deutschland. Er ist ein gemeinnütziger und politisch neutraler eingetragener Verein mit Sitz in Berlin. Der vzbv vertritt die Interessen von Verbraucher:innen gegenüber Politik, Wirtschaft und Verwaltung und klagt Verbraucherrechte vor Gericht ein.

**Warenkorb-Trick:** Der Warenkorbtrick ist ein gängiges Dark Pattern. Gemeint ist, dass Unternehmen kostenpflichtige Zusatzleistungen im Warenkorb platzieren, ohne dass Verbraucher:innen das Produkt bewusst ausgewählt haben. Beispielhaft lassen sich aufzählen: kostenpflichtige Zusatzversicherungen für elektronische Geräte und vermeintlich kostenlose Testversionen digitaler Produkte, die nach Ablauf des Probezeitraums kostenpflichtig weiterlaufen.



**Helen Schäfer** studiert Jura an der JGU Mainz. Sie arbeitet bei der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz als studentische Hilfskraft.