



# EU verbietet Deceptive/Dark Patterns

Dr. Christiane Moser

eDay Salzburg 2026

Neue Wege. Neue Lösungen.

Unsere digitale Zukunft.

# Dr. Christiane Moser

Erlebnisse aktiv gestalten

**CUX**  
PRO



- 10 Jahre Uni Salzburg
- 8 Jahre UX Consulting
- Weltweite Projekte
- HTL Salzburg  
FH Salzburg & Hagenberg  
Konferenzen (uxcon, PUSH UX,  
WebExpo, etc.)



# Wie verbietet die EU Deceptive/Dark Patterns?

## Digital Services Act (DSA)



Am 04.12.25 verhängt die EU-Kommission die erste Geldbuße wegen Nichteinhaltung des DSA gegen die Plattform X (ehemals Twitter) in Höhe von 120 Mio. Euro.

Ziel der Verordnung ist es, **illegale Inhalte** sowie Hass im Netz effizienter zu bekämpfen und **Desinformation entgegenzuwirken** und so das **Internet** für Nutzer:innen **sicherer** und **transparenter** zu gestalten.

Seit 16.11.22 formell in Kraft

- Großunternehmen seit 25.08.23
- KMUs seit 17.02.24

Unabhängige Medienbehörde KommAustria

- 34 Beschwerden 2024

RTR (zertifizierten EU Schlichtungsstellen)

- 112 Anträge 2024

# Wie verbietet die EU Deceptive/Dark Patterns? Digital Services Act (DSA)

## Article 25, Online interface design and organisation - the Digital Services Act (DSA)

1. Providers of online platforms shall not design, organise or operate their online interfaces in a way that deceives or manipulates the recipients of their service or in a way that otherwise materially distorts or impairs the ability of the recipients of their service to make free and informed decisions.

2. The prohibition in paragraph 1 shall not apply to practices covered by Directive 2005/29/EC or Regulation (EU) 2016/679.

3. The Commission may issue guidelines on how paragraph 1 applies to specific practices, notably:

- (a) giving more prominence to certain choices when asking the recipient of the service for a decision;
- (b) repeatedly requesting that the recipient of the service make a choice where that choice has already been made, especially by presenting pop-ups that interfere with the user experience;
- (c) making the procedure for terminating a service more difficult than subscribing to it.

**Note:** This is the final text of the Digital Services Act. The full name is "Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act)".

[https://www.eu-digital-services-act.com/Digital\\_Services\\_Act\\_Article\\_25.html](https://www.eu-digital-services-act.com/Digital_Services_Act_Article_25.html)

1. Anbieter von Online-Plattformen dürfen ihre Online-Benutzeroberflächen nicht so konzipieren, organisieren oder betreiben, dass die Nutzer:innen ihrer Dienste getäuscht oder manipuliert werden oder dass ihre Fähigkeit, freie und informierte Entscheidungen zu treffen, anderweitig wesentlich verzerrt oder beeinträchtigt wird.

... insbesondere:

- a) bestimmte Auswahlmöglichkeiten stärker hervorzuheben, wenn der Empfänger des Dienstes um eine Entscheidung gebeten wird;
- b) den Empfänger des Dienstes wiederholt aufzufordern, eine Entscheidung zu treffen, obwohl diese bereits getroffen wurde, insbesondere durch das Einblenden von Pop-ups, die das Nutzererlebnis beeinträchtigen;
- c) das Verfahren zur Beendigung eines Dienstes schwieriger zu gestalten als den Abschluss eines Abonnements.



# 1. Fake Urgency (künstliche Verknappung)

The screenshot shows the H&M online shopping cart page. At the top, there is a navigation bar with the H&M logo and categories: DAMEN, HERREN, KINDER, HOME, BEAUTY. Below this, the page title 'EINKAUFSTASCHE' is displayed. A promotional banner reads 'KOSTENLOSE LIEFERUNG AB 30 € – NUR HEUTE'. The main content area is divided into two columns. The left column features a product card for 'H&M KNIEHOHE STIEFEL' priced at 59,99 €. The card includes a small image of the boot, a heart icon, and a quantity selector showing '1'. The right column is a summary table with the following items:

RABATTE	HINZUFÜGEN
Bestellwert	59,99 €
Voraussichtliche Liefergebühr	1,49 €
<b>GESAMTSUMME</b>	<b>61,48 €</b>

Below the summary table are two buttons: 'ZUR KASSA' (black) and 'EINLOGGEN' (white). At the bottom, there are logos for Klarna, VISA, Mastercard, and PayPal, along with a 'GIFT CARD' icon. A small disclaimer at the bottom states: 'Preise und Versandkosten werden erst bestätigt, wenn du deinen Einkauf abschließt. 30 Tage Bedenkzeit ab Erhalt für Vollpreisartikel / 14 Tage für Sale- und Letzte Chance-Artikel. Weitere Informationen zur Rücksendung und Rückerstattung.'

Es wird ein **Zeit- oder Mengendruck vorgetäuscht** wird, um rationale Entscheidungen zu übersteuern und zu impulsiven Entscheidungen zu drängen.

**FOMO (Fear Of Missing Out)** ist der psychologische Effekt dahinter, d.h. Menschen neigen zu Kaufentscheidungen ohne Preis/Vorteil wirklich abzuwägen.

<https://www2.hm.com> 25.02.26

## 2. Forced Action (erzwungene Aktionen)

The screenshot shows the H&M online shopping cart page. At the top, there is a navigation bar with the H&M logo and categories: DAMEN, HERREN, KINDER, HOME, BEAUTY. Below the navigation bar, the title "EINKAUFSTASCHE" is displayed. A promotional banner states "KOSTENLOSE LIEFERUNG AB 30 € - NUR HEUTE" with a close button. Below the banner, a note reads: "Gültig für Member bis 25.02.2026 bei Standardlieferung nach Hause ab einem Einkaufswert von 30 €. Es gelten die AGB." The main content area is divided into two columns. The left column shows a product card for "H&M KNECHTSTIEFEL" priced at 59,99 €. The product details include: Artikel-Nr. 100627001, Farbe Schwarz, Größe 38, Menge 1, and Gesamtsumme 59,99 €. Below the product card is a quantity selector showing "1" and a plus sign. The right column is a summary table with the following data:

RABATTE	HINZUFÜGEN
Bestellwert	59,99 €
Voraussichtliche Liefergebühr	1,49 €
<b>GESAMTSUMME</b>	<b>61,48 €</b>

Below the summary table are two buttons: "ZUR KASSA" (black) and "ENLOGGEN" (white). At the bottom, there are logos for payment methods: Mastercard, VISA, American Express, PayPal, and Apple Pay. A small text block at the bottom states: "Preise und Versandkosten werden erst bestätigt, wenn du deinen Einkauf abschließt." and "30 Tage Bedenkzeit als Erhalt für Vollpreisartikel / 14 Tage für Sale- und Letzte Chance Artikel. Weitere Informationen zu Rückgaberecht und -bedingungen."

Nutzer:innen werden zu einer **ungewollten** (oft datenintensiven) **Handlung gezwungen** um einen **Vorteil zu erhalten** (meist um einen Firmenzweck zu erreichen).

<https://www2.hm.com> 25.02.26



~~Druck~~

**Autonomie**

# 1. Fake Urgency (künstliche Verknappung)

## 2. Forced Action (erzwungene Aktionen)

Exklusiv für Mitglieder: Kostenlose Lieferung – nur heute  
Verbleibende Zeit noch 13:35 Std.

Jetzt Mitglied werden & sparen



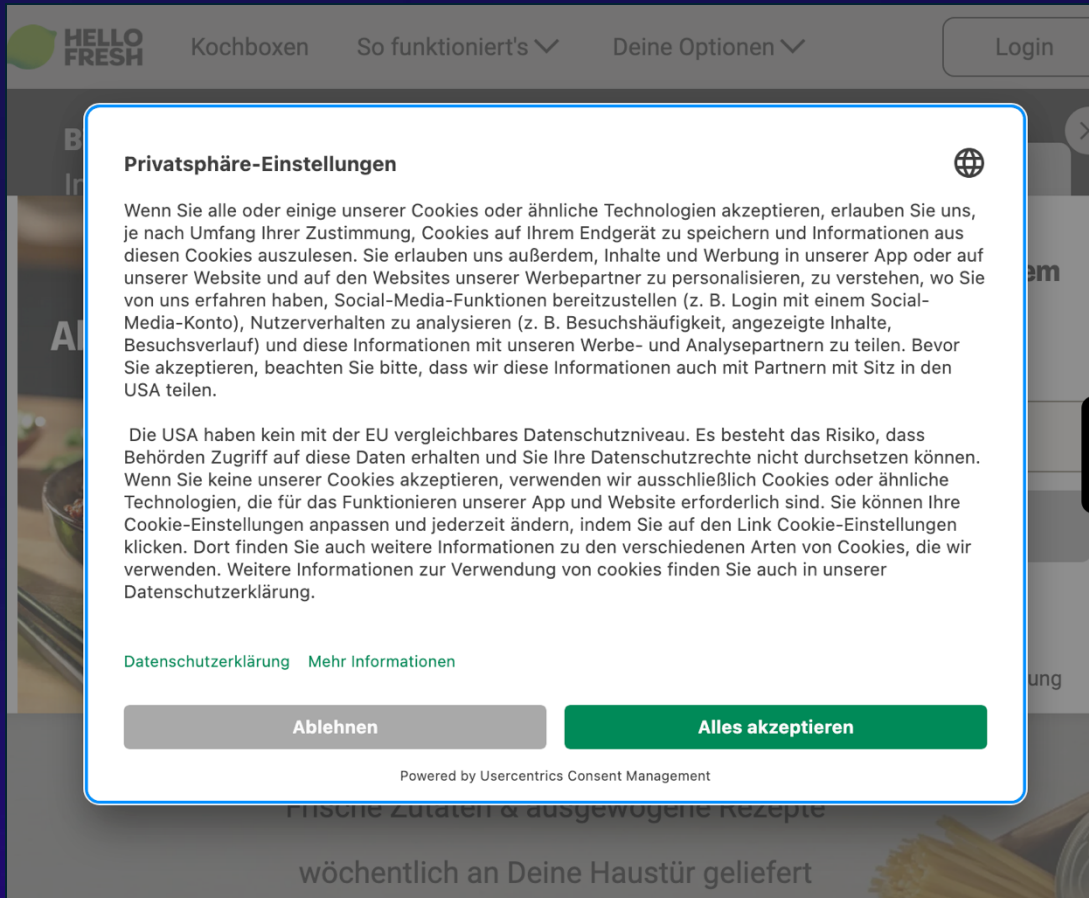
Bessere Erlebnisse durch ...

→ Autonomie durch positive Microcopy statt Druck

→ Echte Verknappung belegen durch reale Bestände oder Zeiträume anzeigen

Option	Preis	Spezialangebot
Maisonette-Suite (1 Doppelbett, 1 Schlafsofa)	€ 417	€ 331 sparen, zeitlich begrenztes Angebot bis 28. Februar
Maisonette-Suite (1 Doppelbett, 1 Schlafsofa)	€ 498	€ 332 sparen, zeitlich begrenztes Angebot bis 28. Februar

# 3. Visual Steering (Visuelle Irreführung)



Durch **gezielte visuelle Hervorhebungen** wird die **Aufmerksamkeit** der Nutzer:innen bewusst auf bestimmte Optionen **gelenkt**, während alternative Wahlmöglichkeiten optisch in den Hintergrund gestellt werden.

Durch den **Framing Effekt** werden **Entscheidungen** subtil beeinflusst, ohne dass die Manipulation unmittelbar auffällt.

<https://www.hellofresh.at/> 25.02.26



~~Irreführung~~

Transparenz

# 3. Visual Steering (Visuelle Irreführung)

Deutsch ▾

Datenschutzbestimmungen | Impressum

## Wir verwenden Cookies

Wir können diese zur Analyse unserer Besucherdaten platzieren, um unsere Website zu verbessern, personalisierte Inhalte anzuzeigen und Ihnen ein großartiges Website-Erlebnis zu bieten. Für weitere Informationen zu den von uns verwendeten Cookies öffnen Sie die Einstellungen.

Die Daten werden zum Zweck der Personalisierung von Werbung und zur Messung der Wirksamkeit von Werbekampagnen erhoben. Die Daten können mit Google LLC geteilt werden, weitere Informationen finden Sie [hier](#).



Notwendig



Performance



Funktional



Werbung

Auswahl akzeptieren

Alle ablehnen

Alle akzeptieren















Bessere Erlebnisse durch ...

- **Transparente Preisarchitektur statt Irreführung**
- **Gute Informationshierarchie statt Manipulation**
- **Wertschöpfung mit echten Kundennutzen**

## 4. Tricky Opt-out (Roach Motel)

Let us know why you're cancelling, maybe we can help

 I had issues with my payment or offers	 It is too difficult to manage my account
 It is time consuming	 I had issues with my deliveries or contents
 There's too much packaging	 Recipes don't meet my expectations or my dietary needs
 It's out of my budget	 I am using other meal kit providers
 I don't want a delivery every week	 I had a trial
 The size of the box or number of meals isn't right for me	 Other

**I don't want to cancel**

Continue

Die **Ablehnung einer Option** wird Nutzer:innen **absichtlich erschwert**.

Beim **Roach Motel** können Nutzer:innen schnell einen Dienst abschließen aber schwer oder gar nicht wieder kündigen.

Bei **Confirmsharming** werden Ablehnungsoptionen bewusst beschämend oder emotional manipulierend formuliert, um Nutzer:innen von einer Entscheidung abzuhalten oder zu einer anderen zu drängen.




~~Confirmshaming~~

Respekt

## 4. Tricky Opt-out (Roach Motel)

We're sorry to see you go

Would you tell us why?



- We intend to use a different tool
- I couldn't get my team to adopt Asana
- We do not have a business need for Asana
- Asana is too expensive
- We need features Asana doesn't have
- Other

Continue

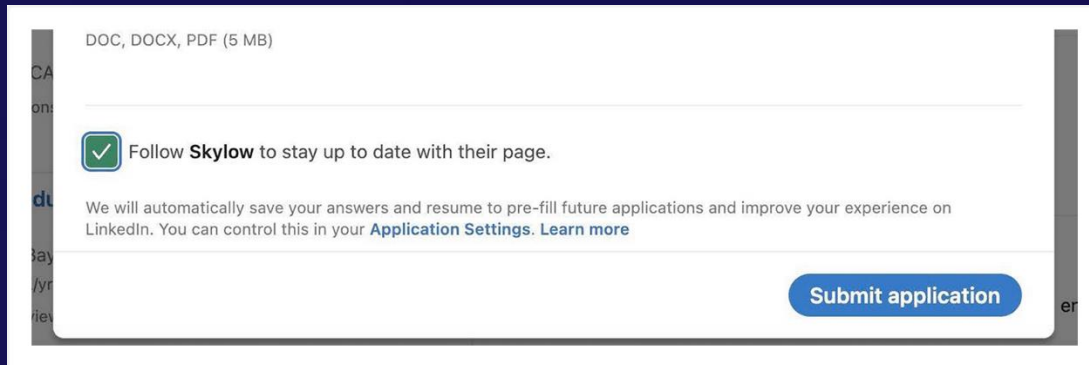
<https://asana.com> 25.02.26



Bessere Erlebnisse durch ...

- **Respektvoller Umgang durch Selbstbestimmung und Faire Ausstiegsmöglichkeiten**
- **Lerne statt zu verhindern**

## 5. Pre-Checked Boxes (Sneaking)



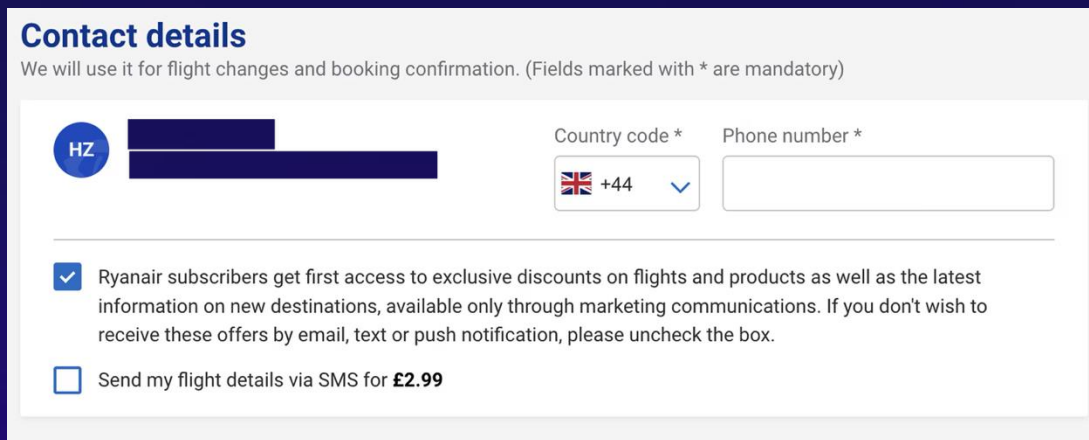
DOC, DOCX, PDF (5 MB)

Follow **Skylow** to stay up to date with their page.

We will automatically save your answers and resume to pre-fill future applications and improve your experience on LinkedIn. You can control this in your [Application Settings](#). [Learn more](#)

[Submit application](#)

<https://www.nngroup.com/articles/sneaking/> 25.02.26



**Contact details**

We will use it for flight changes and booking confirmation. (Fields marked with \* are mandatory)

**HZ** [Redacted] Country code \* **+44** Phone number \*

Ryanair subscribers get first access to exclusive discounts on flights and products as well as the latest information on new destinations, available only through marketing communications. If you don't wish to receive these offers by email, text or push notification, please uncheck the box.

Send my flight details via SMS for **£2.99**

<https://hallofshame.design/ryanair-when-every-page-is-a-dark-pattern/> 25.02.26

Bei **Sneaking** führen vorausgewählte Checkboxen dazu, dass Nutzer:innen **unbeabsichtigt zusätzlichen Optionen zustimmen**.

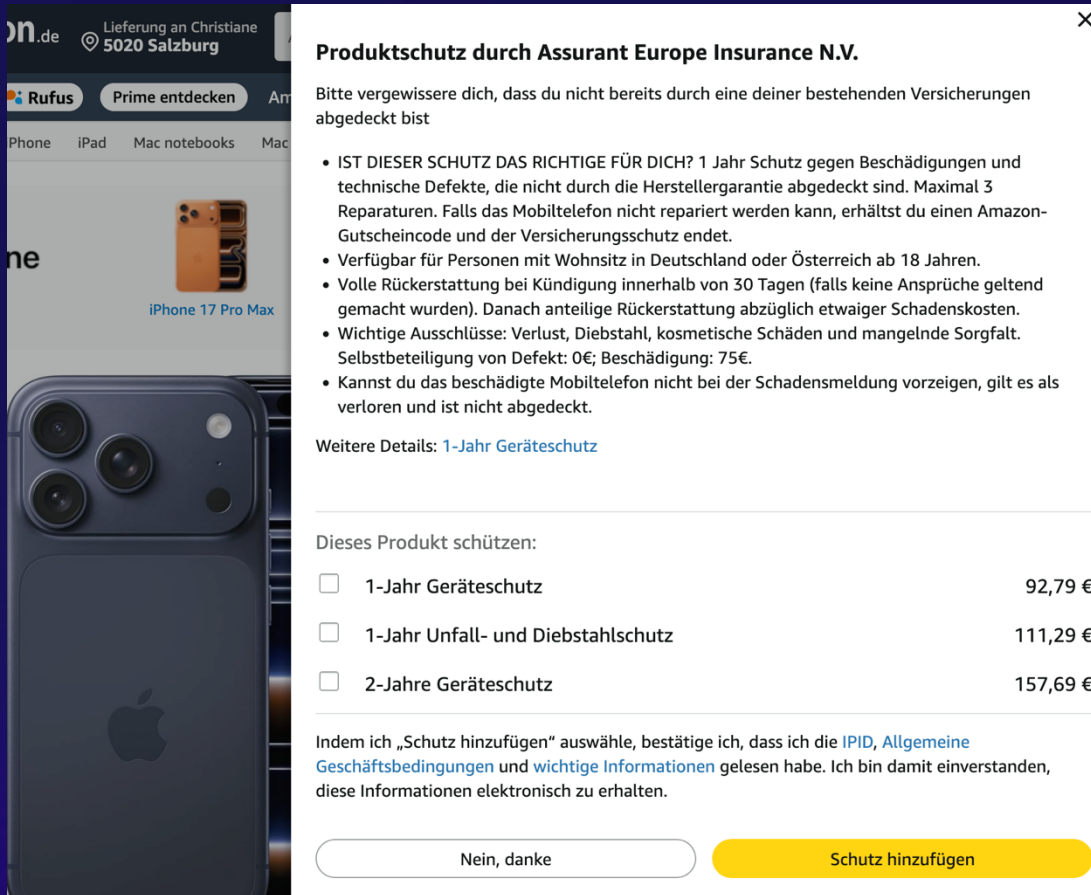
Der **Default-Bias** ist der psychologische Effekt, warum Nutzer:innen **vorausgewähltes übernehmen ohne aktive Überprüfung**.



~~Zwangsbeglückung~~

Wertschöpfung &  
Nutzen

# 5. Pre-Checked Boxes (Sneaking)



**Produktschutz durch Assurant Europe Insurance N.V.**

Bitte vergewissere dich, dass du nicht bereits durch eine deiner bestehenden Versicherungen abgedeckt bist

- IST DIESER SCHUTZ DAS RICHTIGE FÜR DICH? 1 Jahr Schutz gegen Beschädigungen und technische Defekte, die nicht durch die Herstellergarantie abgedeckt sind. Maximal 3 Reparaturen. Falls das Mobiltelefon nicht repariert werden kann, erhältst du einen Amazon-Gutscheincode und der Versicherungsschutz endet.
- Verfügbar für Personen mit Wohnsitz in Deutschland oder Österreich ab 18 Jahren.
- Volle Rückerstattung bei Kündigung innerhalb von 30 Tagen (falls keine Ansprüche geltend gemacht wurden). Danach anteilige Rückerstattung abzüglich etwaiger Schadenskosten.
- Wichtige Ausschlüsse: Verlust, Diebstahl, kosmetische Schäden und mangelnde Sorgfalt. Selbstbeteiligung von Defekt: 0€; Beschädigung: 75€.
- Kannst du das beschädigte Mobiltelefon nicht bei der Schadensmeldung vorzeigen, gilt es als verloren und ist nicht abgedeckt.

Weitere Details: [1-Jahr Geräteschutz](#)

Dieses Produkt schützen:

<input type="checkbox"/> 1-Jahr Geräteschutz	92,79 €
<input type="checkbox"/> 1-Jahr Unfall- und Diebstahlschutz	111,29 €
<input type="checkbox"/> 2-Jahre Geräteschutz	157,69 €

Indem ich „Schutz hinzufügen“ auswähle, bestätige ich, dass ich die [IPID, Allgemeine Geschäftsbedingungen](#) und [wichtige Informationen](#) gelesen habe. Ich bin damit einverstanden, diese Informationen elektronisch zu erhalten.



Bessere Erlebnisse durch ...

→ **Echte Entscheidungsfreiheit**

→ **Wertschöpfung mit echten Kundennutzen statt Manipulation**

<https://www.amazon.de> 25.02.26



Fangen Sie an Erlebnisse aktiv zu gestalten!

~~Druck~~

Autonomie

~~Irreführung~~

Transparenz

~~Confirmshaming~~

Respekt

~~Zwangsbeglückung~~

Wertschöpfung &  
Nutzen

Nutzen Sie unbewusste Prozesse für positive Erlebnisse!



Eine gute User Experience ist  
**klar, einfach und verständlich.**



Eine gute User Experience stellt  
die **Bedürfnisse** der **Nutzer:innen**  
in den **Mittelpunkt**.



Eine gute User Experience schafft  
**Vertrauen** und gibt Nutzer:innen  
die **Kontrolle**.



Eine gute User Experience führt  
zu **zufriedenen** und **glücklichen**  
**Nutzer:innen**, die ihr Produkt  
gerne und **langfristig** verwenden.

# Fragen

# Dr. Christiane Moser

Erlebnisse aktiv gestalten

**CUX**  
PRO



Web

<https://cux.christianemoser.at/>

Email

[cux@christianemoser.at](mailto:cux@christianemoser.at)

LinkedIn

<https://www.linkedin.com/in/christianemoser/>



# Dr. Christiane Moser

Erlebnisse aktiv gestalten

**CUX**  
PRO



Sie ist eine führende Expertin für User Experience (UX) und Customer Experience (CX).

Sie ist bekannt dafür, digitale Komplexität in Klarheit zu übersetzen.

Mit zehn Jahren Erfahrung in der Wissenschaft und acht Jahren Praxiserfahrung verbindet sie Forschung und Design mit strategischem Denken, um Nutzer:innenerlebnisse zu schaffen, der Mehrwert bieten.

Ihre Mission ist es, die Welt der Interaktion zwischen Menschen und digitalen Produkten nachhaltig zu verbessern.



→ [www.eday-salzburg.at/download](http://www.eday-salzburg.at/download)

# Danke