

TaylorWessing

# IP Talk

Hot Topics & Updates aus dem Markenrecht



# IP Talk Sessions 2024

---

#1 **IP Law Update:** Relevanteste Urteile und Entwicklungen der vergangenen Monate.

Dr. Dirk Wiedekind und Katharina H. Reuer am 29. Februar 2024

---

#2 **Risiko Markenverlust:** Neueste Entwicklungen im Hinblick auf die rechtserhaltende Benutzung von Marken.

Olaf Gillert, LL.M. und Sebastian Fiscoeder, LL.M. am 13. März 2024

---

#3 **Dark Patterns:** Subtile Online-Werbung und wann sie die Grenze zur Manipulation überschreitet. Geht vom Einsatz von KI-Tools eine Gefahr aus?

Dr. Thorsten Troge und Dr. Christian Tenkhoff, LL.M, M.Sc. am 10. April 2024

---





TaylorWessing

## Session #3

### Dark Patterns:

Subtile Online-Werbung und wann sie die Grenze zur Manipulation überschreitet. Geht vom Einsatz von KI-Tools eine Gefahr aus?

Dr. Thorsten Troge und Dr. Christian Tenkhoff

# Inhalt

- 1 Schnelles Denken, langsames Denken
- 2 Dark Patterns und AI
- 3 Was sind Dark Patterns?
- 4 Die Rolle der AI
- 5 Gesetzlicher Rahmen
- 6 Aussichten und Fazit



# 1 | Schnelles Denken, langsames Denken

## Beispiel

Bitte betrachten Sie dieses Bild!



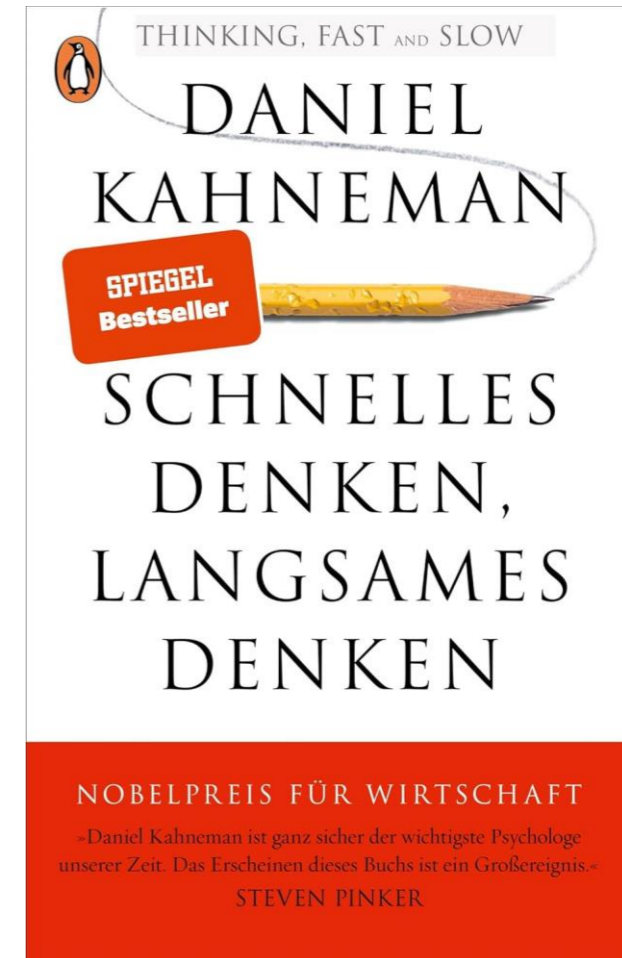
## Beispiel

Was ist das Ergebnis?

**17x24**

# Schnelles Denken, langsames Denken

- Menschliches Handeln ist nicht rein rational
- Entscheidungen werden z.T. intuitiv getroffen
- Aufteilung in:
  - **System 1 (Schnelles Denken)**
  - **System 2 (Langsames Denken)**





# Eigenschaften beider Systeme

## System 1

- Schnell, intuitiv und emotional
- Weitgehend mühelos, automatisch
- Typische Aktivitäten
  - Wahrnehmung unserer Umgebung
  - Verstehen sozialer Situationen

## System 2

- Langsam, bewusst und analytisch
- Anstrengend, willentlich gesteuert
- Typische Aktivitäten
  - Gedächtnis aktiv durchsuchen
  - Einzelne Stimme in einer Gruppe

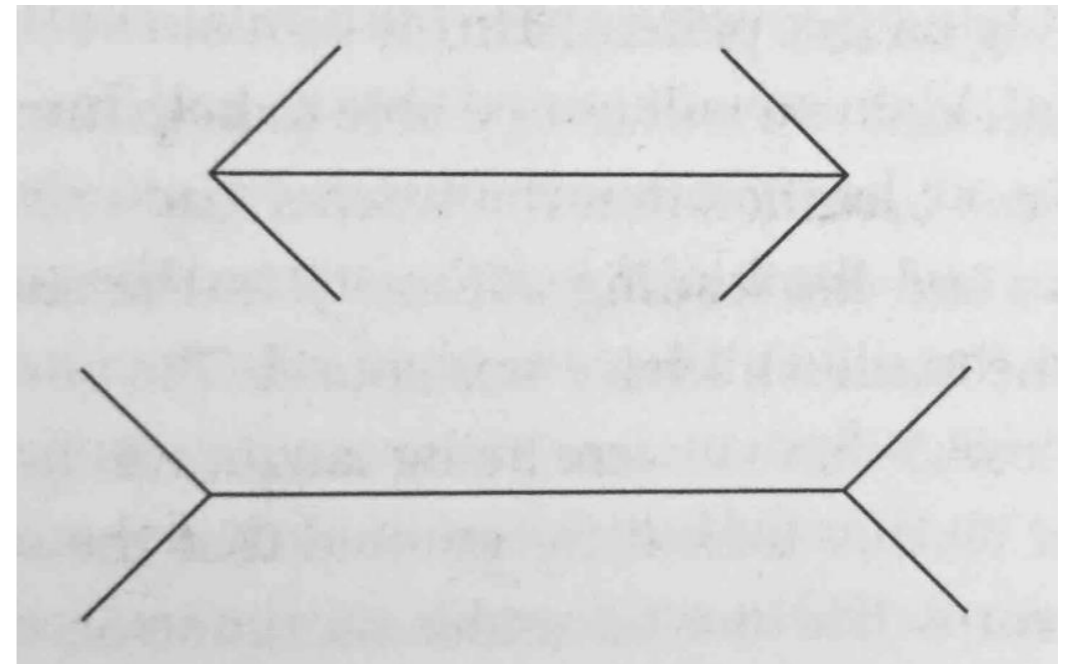
# Bedeutung für Heuristiken und Biases

## System 2 ist faul

- Unnötige Verwendung von System 2 wird vermieden
- System 1 macht Vorschläge, System 2 prüft
- Faustregeln (Heuristiken) → zB Preis = Qualität
- Regelmäßig richtige Ergebnisse (aber nicht immer → Biases)

## Interaktives Beispiel

- Sind die Linien gleich lang?
- System 1 kann nicht abgestellt werden
- Optische und kognitive Täuschung
- Selbst bei Fehlergefahr, kann System 2 nicht immer ausreichend aktiviert werden



Müller-Lyer-Illusion

## Interaktives Beispiel

Ein Schläger und ein Ball kosten 1,10 Euro.

Der Schläger kostet einen Euro mehr als der Ball.

Wie viel kostet der Ball?

# Bewusste Beeinflussung von System 1: Nudging

- Mensch entscheidet nicht immer „ideal“
- Nudge (=Stupser): „korrigieren“ Entscheidung so, wie rationaler Verbraucher es gewollt hätte
- zB Gemüse in Cafeteria auf Augenhöhe, Warnhinweis auf Zigarettenschachteln
- Aber: wann wird „Anstupsen“ zur Manipulation?



# 2 | Dark Patterns und AI



Clip für Zahnvorsorge

## Tom Hanks warnt Fans vor KI-Werbung - »Habe nichts damit zu tun«

Künstliche Intelligenz gilt auch in Hollywood als eine Zukunftstechnologie – allerdings auch mit einigen Risiken. Schauspieler Tom Hanks sah sich zu einem Warnhinweis genötigt. Aus aktuellem Grund.

02.10.2023, 08.08 Uhr

**Noch keine Kommentare.**

Beginne die Unterhaltung.

Gefällt 96.984 Mal  
GESTERN

Studie zu »Dark Patterns«

## **Viele populäre Webangebote manipulieren ihre Nutzer**

Bestimmte Buttons sind farblich hervorgehoben, Timer drängen zum schnellen Kauf: Eine Untersuchung im Auftrag der EU-Kommission zeigt, dass zahlreiche große Onlinedienste auf solche Tricks setzen.

30.05.2022, 16.05 Uhr

## **Psychologische Trickserie: Studie zeigt, wie perfide wir beim Onlineshopping manipuliert werden**

Bei Cookies, unnötigen Versicherungen oder Newslettern: Online-Anbieter nutzen die Schwachstellen unseres Gehirns, um uns zu Käufen oder einem laschen Umgang mit Daten zu verleiten.



**FAKTENFINDER** Falsche Bilder, Videos und Texte

## KI-generierte Desinformation auf dem Vormarsch

*Stand: 31.03.2023 11:42 Uhr*


Russlands Präsident Putin, der vor Chinas Staatschef Xi auf die Knie geht, oder Ex-US-Präsident Trump, der verhaftet wird: KI-generierte Bilder haben viel Aufmerksamkeit erregt. Aber woran sind sie zu erkennen?

[Startseite](#) > [Verbraucher](#)


## Warnung vor Betrug am Telefon: Künstliche Intelligenz lässt Stimmen täuschend echt klingen

*31.05.2023, 20:51 Uhr*

# Ergebnisse des EU Sweeps 2022



**Europäische Kommission - Pressemitteilung**



**Verbraucherschutz: Manipulative Praktiken bei 148 von 399 untersuchten Online-Shops**

**Fast 40 % der Online-Shops** bedienen sich manipulativer Praktiken, um Schwächen der Verbraucherinnen und Verbraucher auszunutzen.

EU Justizkommissar Didier Reynders:  
„Dieses Verhalten ist **eindeutig unrecht und verstößt gegen die Verbraucherschutzregeln**. [...] und ich fordere die nationalen Behörden auf, ihre **Möglichkeiten der Strafverfolgung auszuschöpfen**, um entsprechende Maßnahmen zu ergreifen und **diese Praktiken zu bekämpfen**.“

**Auch 25% der geprüften Apps** nutzten mindestens eine Art von Dark Patterns.

# 3 | Was sind Dark Patterns?

# Was sind Dark Patterns?

## Hier der Versuch einer Definition:

„Bei Dark Patterns handelt es sich um **Designmuster**, die Nutzer:innen zu **einem bestimmten Verhalten verleiten**, das **ihren Interessen widerspricht**, und dabei die Gestaltungsmacht einseitig im Interesse ihrer Verwender:innen ausnutzt.“

Davon abzugrenzen: sog. "**Nudges**"

## Häufige Anwendungsbereiche sind:

- soziale Netzwerke
- Shopping-, Reise- und Buchungsportale
- aber auch alle sonstigen Webseiten
- Zielgruppe: Alle Endnutzer!



# Was sind Dark Patterns?

**Wirkmechanismen** sind vielfältig:

- Manipulation
- Täuschung
- Nötigung

Provozierte **Verhaltensweisen** divers:

- Anklicken eines Cookie-Banners
- bis hin zum Abschluss eines (wirksamen) Vertrages



„Angegriffenes“ Rechtsgut ist die Entscheidungsautonomie



Kategorie	Druck	Operativer Zwang	Hindernisse	Erschleichen	Irreführen
Wirkungsweise	Ein Designmuster setzt den Nutzer <i>unter Druck</i> , eine bestimmte Handlung (nicht) vorzunehmen	<i>keine Entscheidungsmöglichkeit</i> oder (mindestens) eine Entscheidungsalternative ist an <i>weitere Bedingungen</i> geknüpft	bestimmte Entscheidungsmöglichkeiten auszuüben, erfordert <i>unnötigen/zusätzlichen Aufwand</i>	Der Nutzer bemerkt die Konsequenzen seiner Handlung aufgrund <i>heimlicher Änderungen</i> nicht	Gestaltung der Benutzeroberfläche, die übliche <i>Erwartungen enttäuscht</i> bzw. ihnen entgegenläuft
Beispiele <sup>33</sup>	<i>Nagging (#)</i> : wiederholtes (aggressives) Auffordern, eine bestimmte Handlung vorzunehmen	<i>Forced Enrollment (+)</i> : Nutzung eines Service nur bei Abschluss eines Abos/Kundenkontos	<i>Roach Motel (*, #, +)</i> : Anmeldung/Abonnieren wesentlich einfacher als Kündigung	<i>Sneak into Basket (*, #, +)</i> : Zusätzliches Objekt landet ungewollt im Warenkorb	<i>Trick Question (*, #, +)</i> : verwirrend formulierte Frage (zB doppelte Verneinung)
	<i>Confirmshaming (*, +)</i> : Die Auswahlgestaltung einer Frage löst Schuldgefühle aus	<i>Forced Continuity(*, #)</i> : automatisches Abonnement; Kündigung erschwert	<i>Preselection (#)</i> : Auswahlmöglichkeiten sind bereits (abänderbar) getroffen, insbes. durch gesetzte Häkchen	<i>Hidden Costs (*, #, +)</i> : Zusatzkosten erscheinen erst im letzten Bestellschritt	<i>Misdirection (*, +)</i> : Design lenkt durch auffällige graphische Elemente vom Inhalt ab
	<i>Countdown (+)</i> : Ware/Dienstleistung (angeblich) nur für bestimmte Zeit verfügbar	<i>Forced Review</i> : Nutzer können einen Dienst nur dann weiterhin nutzen, wenn sie ad hoc etwa (geänderte) Datenschutzeinstellungen durchsehen und ggf. akzeptieren	<i>Hidden Information (#)</i> : Für den Nutzer relevante Informationen sind versteckt oder nur schwer verfügbar	<i>Hidden Subscription (+)</i> : automatisches Abonnieren von Leistungen/Angeboten	<i>Bait and Switch (*, #)</i> : Klick auf Schaltfläche führt zu anderem Ergebnis als üblicherweise erwartet
	<i>Scarcity (+)</i> : Ware/Dienstleistung (angeblich) nur in knapper Zahl verfügbar		<i>Price Comparison Prevention (*, #)</i> : Preisvergleich erschwert (zB Fremdwährung)		<i>Disguised Ads(*, #)</i> : als Inhalt oder Steuerungselement getarnte Werbung
	<i>Social Proof (+)</i> : direktes Einblenden von (gefälschten) Kundenbewertungen oder dem (vermeintlichen) Verhalten anderer		<i>Click Fatigue</i> : Klickwege zu verschiedenen Optionen sind unterschiedlich lang („Klickmüdigkeit“)		

# Was sind Dark Patterns? – Beispiele

Genug Theorie, hier ein paar Beispiele:

## Confirmshaming

Löst hinsichtlich einer Auswahlmöglichkeit Schuldgefühle aus.

Hier wird suggeriert, dass man sich bei Nicht-Abschlusses eines Abonnements Kostenvorteile entgehen lässt.

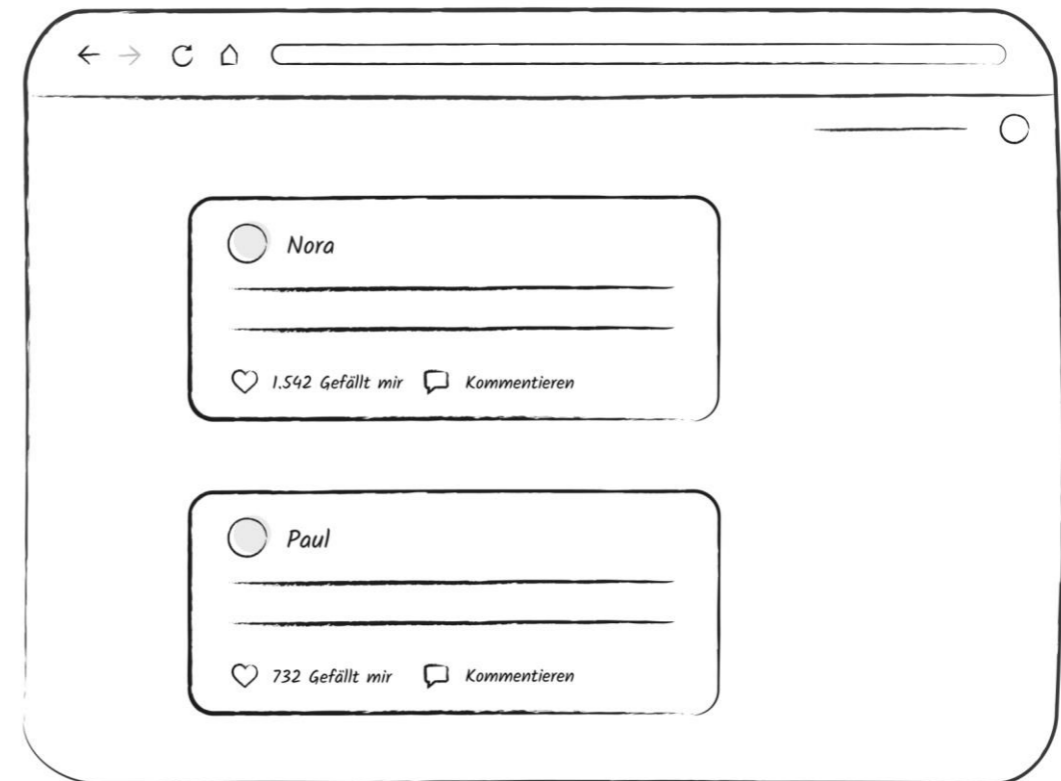
Lost Aversion wird getriggert.



# Was sind Dark Patterns? – Beispiele

## Nagging

Das Nagging-Dark Pattern („nörgeln“, „nerven“) setzt auf wiederholtes, teilweise aggressives Auffordern, eine bestimmte Handlung vorzunehmen. Explizite Ablehnung ist meist nur temporär möglich („Nicht jetzt“). Nagging setzt darauf, dass Nutzer:innen irgendwann einfach zustimmen, um sich mühsames Wegklicken zu ersparen.



Dark Patterns: Arten und Beispiele ([dapde.de](http://dapde.de))  
Creative Commons Attribution 4.0 International License



# Was sind Dark Patterns? – Beispiele

## Scarcity

Das Scarcity-Pattern erweckt (wahrheitsgemäß oder fälschlicherweise) den Eindruck, eine Ware oder Dienstleistung ist nur noch in knapper Zahl verfügbar.



[Dark Patterns: Arten und Beispiele \(dapde.de\)](https://dapde.de)  
[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

# Was sind Dark Patterns? – Beispiele

## Countdowns

Countdown-Dark Patterns erwecken (wahrheitsgemäß oder fälschlicherweise) den Eindruck, eine Ware bzw. Dienstleistung ist nur noch für eine bestimmte Zeit verfügbar. Grafisch wird dies durch eine ablaufende Uhr oder Leiste verdeutlicht. Man kann zusehen, wie einem das gewünschte Gut davongleitet.

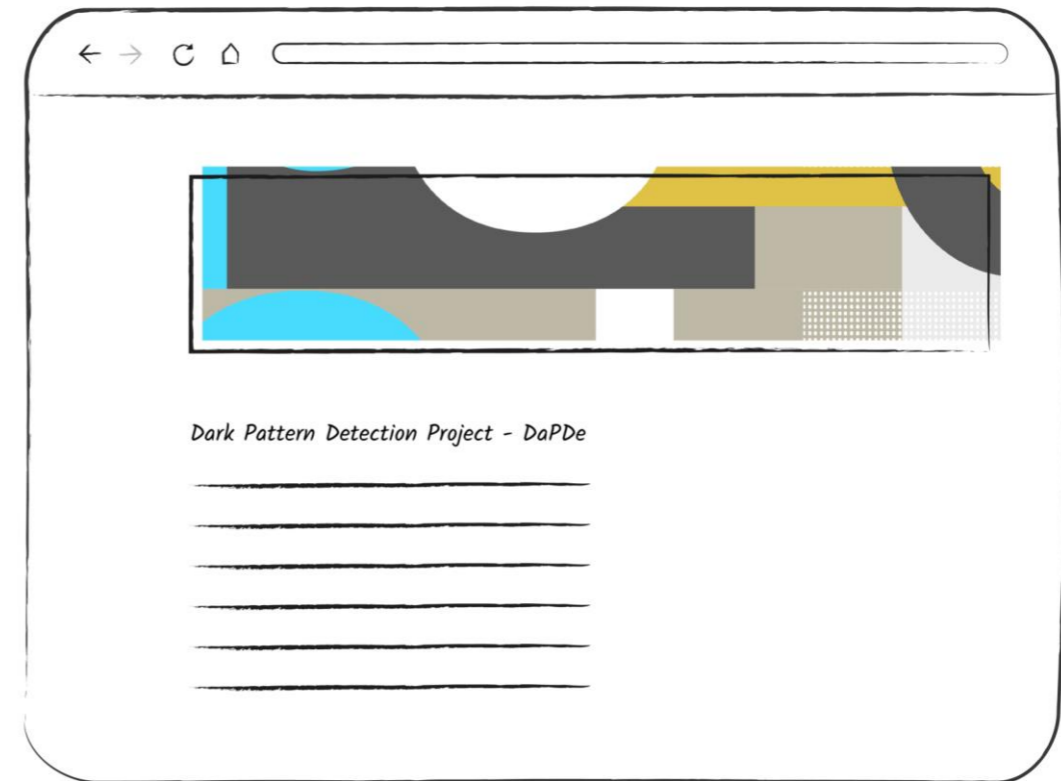


# Was sind Dark Patterns? – Beispiele

## Click Fatigue

Dieses Dark Pattern gestaltet Klickwege zu verschiedenen Optionen unterschiedlich lang, damit Nutzer:innen eher die „einfache“ Variante wählen.

Im Beispiel können alle Cookies sofort akzeptiert werden. Eine Beschränkung auf die notwendigen Cookies kann hingegen erst durch mehrere Klicks erreicht werden.

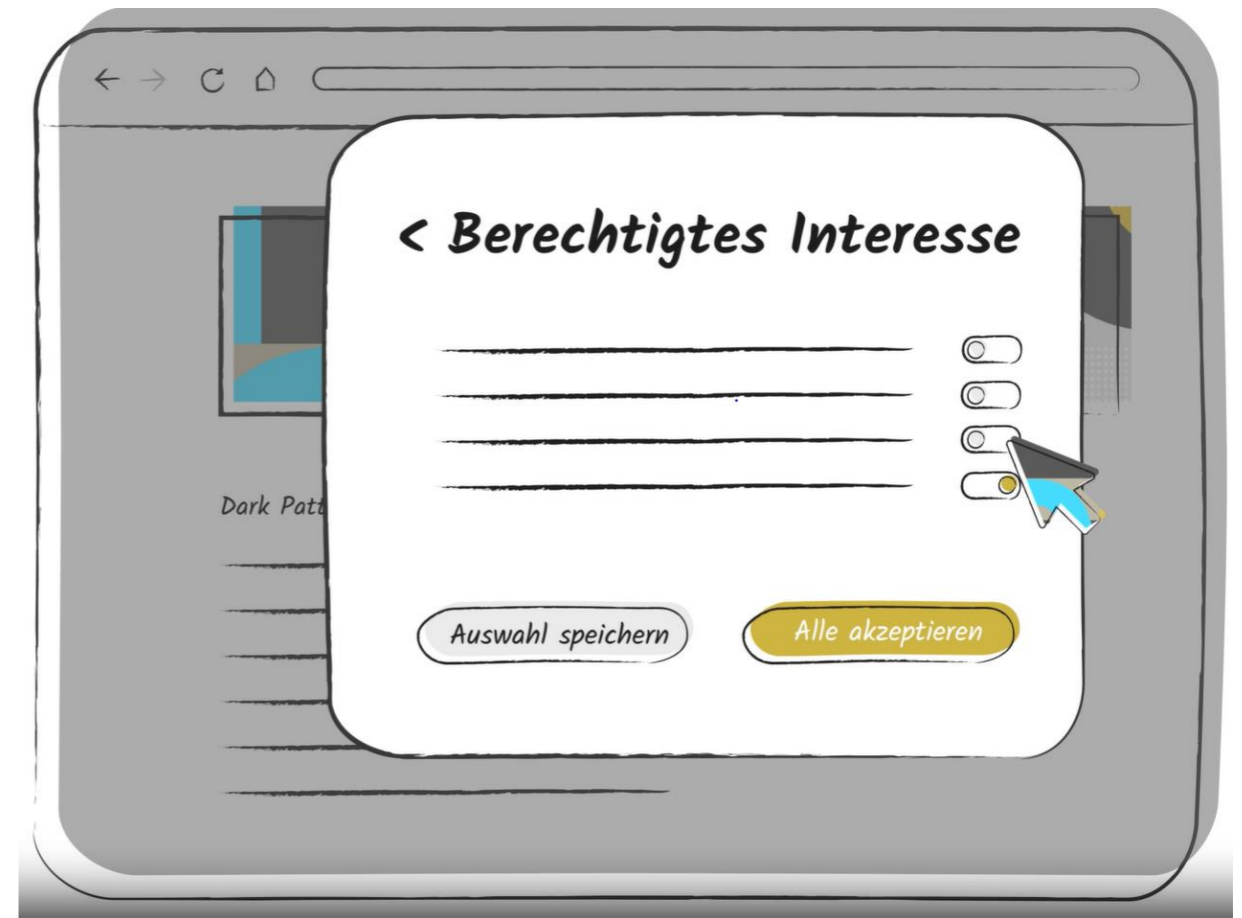


# Was sind Dark Patterns? – Beispiele

## Misdirection

Das Misdirection-Dark Pattern lenkt durch auffällige grafische Elemente vom Inhalt ab.

In diesem Beispiel ist der:die Nutzer:in aufgrund der Signalfarbe gelb dazu geneigt, alle Cookies zu akzeptieren.

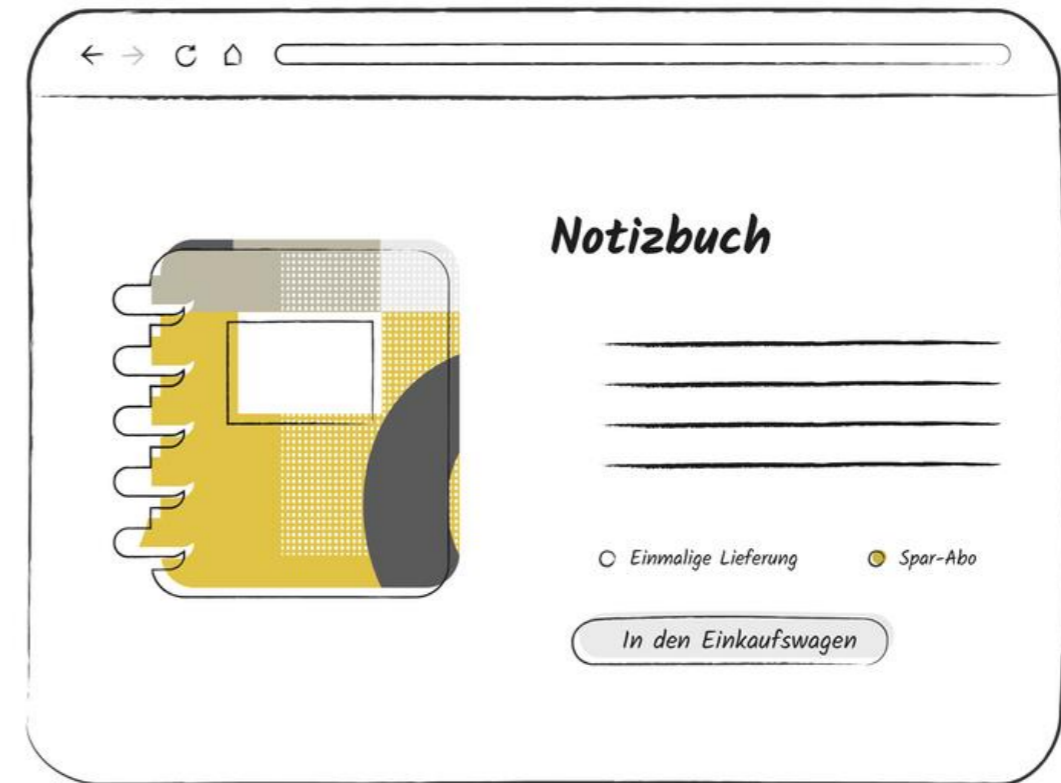


# Was sind Dark Patterns? – Beispiele

## Hidden Subscription

Das Hidden Subscription-Pattern fügt einem Vertragsabschluss automatisch ein Abonnement hinzu.

Hier ist der Kauf eines Notizblockes gewünscht, statt eines Blockes wird aber automatisch ein Abonnement abgeschlossen.



[Dark Patterns: Arten und Beispiele \(dapde.de\)](https://dapde.de)  
[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

# Was sind Dark Patterns? – Beispiele

## Trick Question

Verwirrend formulierte Fragen, z.B. doppelte Verneinungen oder missverständliche Formulierungen.



[Dark Patterns: Arten und Beispiele \(dapde.de\)](http://dapde.de)  
[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

# Was sind Dark Patterns? – Beispiele

## Roach Motel

Das Roach Motel-Dark Pattern funktioniert wie eine „Schabens Falle“: Es ist verlockend, einmal hineinzugeraten, man kommt jedoch nur sehr schwer wieder heraus. Die Anmeldung oder das Abonnieren einer Leistung ist wesentlich einfacher als die Kündigung.

A hand-drawn sketch of a registration form titled "Registrieren". The form is contained within a rounded rectangular frame representing a browser window. At the top of the window are navigation icons: a back arrow, a forward arrow, a refresh symbol, and a home icon, followed by a search bar. The title "Registrieren" is centered at the top of the form. Below the title, there are three rows of input fields. The first row is labeled "Name:" and contains two input boxes, one for "Vorname" and one for "Nachname". The second row is labeled "E-Mail:" and contains one input box for "E-Mail". The third row is labeled "Passwort:" and contains one input box for "Passwort". At the bottom right of the form is a yellow button with the text "Registrieren".

## Für mehr Informationen

Das Dark Pattern Detection Project (Dapde) untersucht die Steuerung von Verbraucher:innen in digitalen Umgebungen durch "Dark Patterns".

[Dark Patterns \(dapde.de\)](https://dapde.de)





# 4 | Die Rolle der AI

# Die Rolle der AI

## Zwei große Risikobereiche

### Entwicklung und Optimierung bestehender Techniken

- Durch ausführliche Datenanalysen werden immer „bessere“ Wege gefunden, das Verhalten der Nutzer zu manipulieren und zu steuern

### Entstehen neuer Ausprägungen von Dark Patterns

- Weitere Dimension der Irreführung
  - Social Bots agieren mit dem Nutzer
  - Empfehlen Produkte oder geben „Spartipps“
- Individuelle Gestaltung der Nutzeroberfläche basierend auf dem Browserverlauf des Nutzers

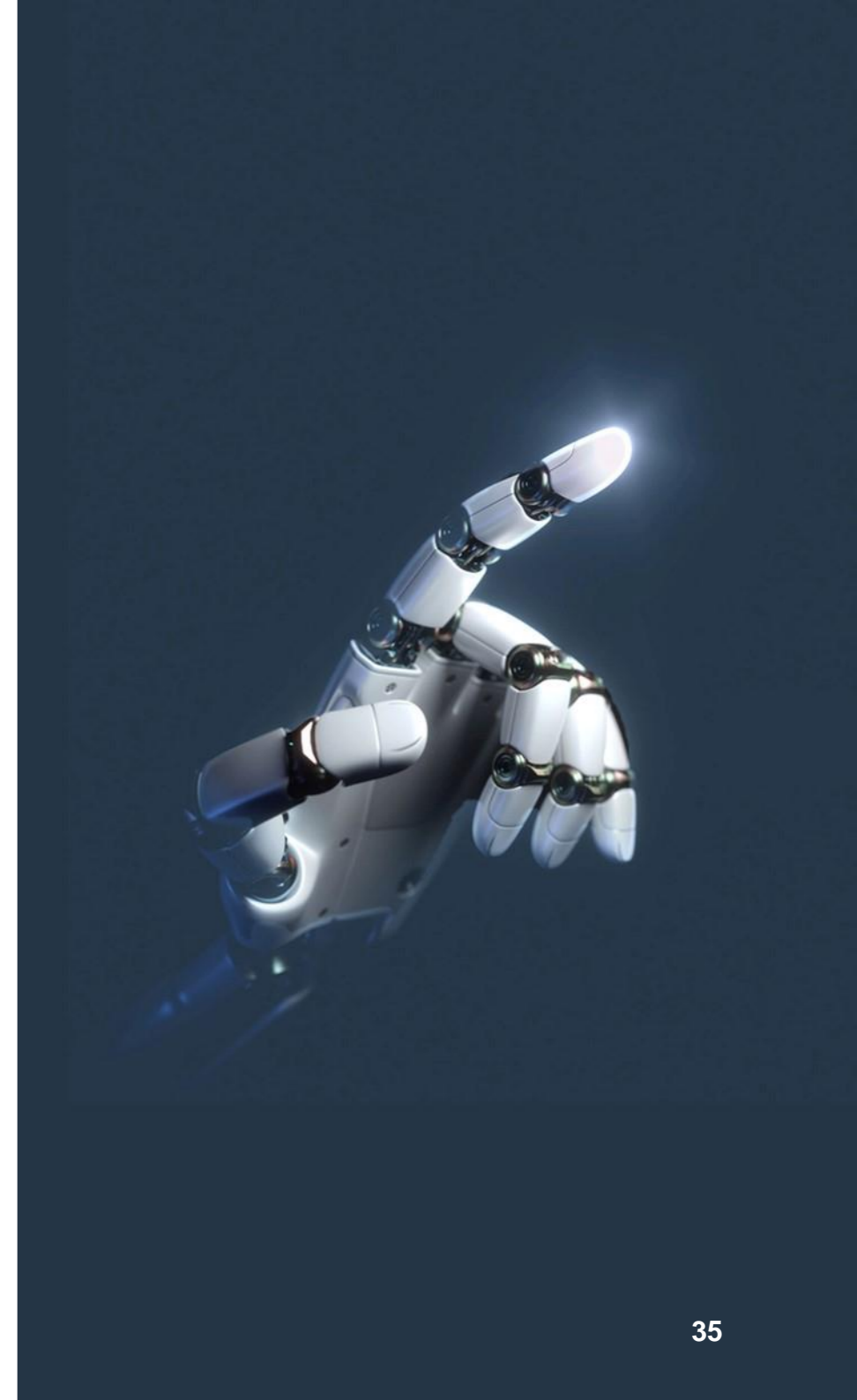
# Die Rolle der AI

## Symbiose zwischen AI und Dark Patterns offensichtlich

**Techniken werden immer besser / manipulativer**  
**Wahrscheinlichkeit, dass Nutzer auf Manipulation hereinfließen wird stetig steigen**

Deshalb umso wichtiger, die ethische Verwendung von AI zu beachten.

Wer braucht Ethik, wenn wir Gesetze haben?



# 5 | Gesetzliche Regelungen

# Gesetzlicher Rahmen

## Digital Services Act (DSA)

Enthält Vorschriften, die sich ausdrücklich auf Dark Patterns beziehen

Insbesondere in Art. 25 DSA

- Abs. 1: **Anbieter von Online-Plattformen** dürfen auf ihrer Plattform **Nutzer weder täuschen, manipulieren noch anderweitig in ihrer freien und informierten Entscheidungsfähigkeit beeinträchtigen.**
- Abs. 2: Gilt nicht für Praktiken, die von der bereits **existierenden UGP-Richtlinie** oder der **GDPR abgedeckt** werden.



# Gesetzlicher Rahmen

## Digital Services Act (DSA)

In Absatz 3 wird die Kommission außerdem ermächtigt, Leitlinien für verschiedene Konstellationen aufzustellen



Ergänzend: Art. 31 DSA („Compliance by Design“)

Bereits die Anbieter von Online-Plattformen müssen rechtskonforme Lösungen entwickeln und vertreiben

**Die Kommission erkennt in EG 67 an, dass bestimmte Dark Patterns unerwünscht sind**

# Gesetzlicher Rahmen

## Digital Services Act (DSA)

Eingeschränkter Anwendungsbereich des DSA

1. Gilt nur für Online-Plattformen, nicht für alle Online-Services
2. Regelt nur **Dark Patterns in Hinblick auf die autonome Entscheidungsfindung des Nutzers**;
3. keine Regelung zu sonstigen Verhaltensmanipulationen, wie bspw. hochgradig süchtigmachenden Mechaniken (unendliches Scrollen bei TikTok, interaktionsbasierte Empfehlungssysteme, ständige Push-Benachrichtigungen, o.ä.)

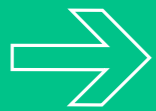


# Gesetzlicher Rahmen

## Digital Markets Act (DMA)

DMA primär marktregulatorisch und weniger  
verbraucherschützend

- Trotzdem: „**Gatekeeper**“ ist das wiederholte Nachfragen bzgl. Einwilligungen (Nagging) verboten; Art, 5 Abs. 2 UAbs. 2 DMA
- Außerdem: Art. 13 Abs. 4 DMA untersagt „Verhaltenslenkungsmethoden“, mit denen Gatekeeper ihre Pflichten aus dem DMA umgehen könnten.
- Weiter: Art. 13 Abs. 6 DMA verlangt, dass Nutzer autonom und mithilfe neutral dargestellter Auswahloptionen entscheiden können, ob sie Dienste von Gatekeepern nutzen wollen



Auch DMA erkennt explizit an, dass Dark Patterns ein Problem sind



# Gesetzlicher Rahmen

## Digital Markets Act (DMA)

Allerdings: DMA gilt aber nur für „Gatekeeper“

- in **jedem der vergangenen drei Geschäftsjahre** in der Union einen **Jahresumsatz von mindestens 7,5 Mrd. EUR** erzielt hat oder
- im vergangenen Geschäftsjahr **mindestens 45 Millionen in der Union niedergelassene monatlich aktive Endnutzer**

Das sind nur ganz wenige auf dem Markt!



Anwendungsbereich des DMA also verschwindend gering

# Gesetzlicher Rahmen

## Wettbewerbsrecht

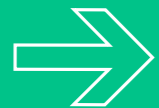
Schwarze Liste im Anhang des UWG

Kein einziges Dark Pattern ist hier ausdrücklich genannt

Aber die Schwarze Liste verbietet

*unzutreffende Angabe, dass ein Produkt nur für eine sehr begrenzte Zeit oder nur zu bestimmten Bedingungen verfügbar ist, um eine sofortige Entscheidung herbeizuführen.*

Könnte auf das Scarcity Pattern passen



Hier aber in der Regel keine unzutreffenden Angaben nachweisbar



# Gesetzlicher Rahmen

## Wettbewerbsrecht

### Buchung einer Reise über ein Online Portal

Häufig wird hier behauptet, **die tatsächliche Anzahl der freien Zimmer gehe gegen Null.**

Die ständig anzutreffende Aussage „**nur drei Zimmer zu diesem Preis verfügbar**“ ohne Kontext ist aber in der Regel nicht unzutreffend im Sinne der Schwarzen Liste.

Trotzdem erzeugt sie einen psychologischen Effekt auf den Nutzer und drängt ihn zum schnellstmöglichen Vertragsschluss.



# Gesetzlicher Rahmen

## Wettbewerbsrecht

### Täuschung durch Irreführung oder Unterlassen nach §§ 5, 5a UWG

#### Hier zeigt sich im Kern das gleiche Bild:

Durch Aussagen oder das Design von Interaktionsflächen wird emotionaler Druck erzeugt

- § 5 UWG: Gezeigte Tatsachen sind zumindest nicht nachweisbar unwahr
- § 5a UWG: Auch werden dem Nutzer oftmals keine wesentlichen Informationen vorenthalten
- Daher oft keine Unlauterkeit aus §§ 5, 5a UWG

# Gesetzlicher Rahmen

## Wettbewerbsrecht

### Aggressive Geschäftspraktiken, § 4a UWG

insbesondere aggressive Belästigung, Nötigung oder unzulässige Beeinflussung

- Es muss sich um eine „**erhebliche Beeinträchtigung**“ der Entscheidungsfreiheit handeln.

### Belästigung, § 7 Abs. 1 Satz 1 UWG

insbesondere unzumutbare Belästigung durch Wiederholung „Nagging“, erkennbar gegen den Wunsch des Nutzers (Satz 2)

- Auch hier muss es sich um eine „**erhebliche Beeinträchtigung**“ handeln.

# Gesetzlicher Rahmen

## Wettbewerbsrecht

### Aggressive Geschäftspraktiken, § 4a UWG

#### Könnte einige Dark Patterns umfassen

- Nagging (wiederholte Aufforderungen, eine bestimmte Handlung auszuführen)
- Click Fatigue (eine hohe Anzahl von Klicks, um bestimmte Optionen wie das Abbestellen zu erreichen)

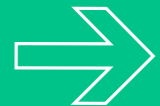


Gerichte und Behörden haben hier noch keine klare Grenze gezogen

# Gesetzlicher Rahmen

## Status quo

- Kaum eine Rechtsvorschrift befasst sich explizit und abschließend Gefahren von Dark Patterns allgemein
- Außerdem werden die **Gefahren des Einsatzes von AI** in dem Bereich überhaupt nicht adressiert.
- Bereichsspezifische Ausnahmen aber z.B. bei **Preisangaben**, wo "Streichpreise" transparent gestaltet (§ 11 Abs. 1 PAngV) und individualisierte Preise gekennzeichnet werden müssen (Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 6 EGBGB)
- Besteht eine **Regelungslücke** und ein erhebliches Missbrauchspotential?



Alle Augen richten sich auf den AI-Act, der 2026 in Kraft treten soll



# Gesetzlicher Rahmen

## AI Act

### Harmonisierte Regelung für Systeme der AI in der EU

- AI soll vertrauenswürdig und transparent sein
- enthält das **Verbot bestimmter Manipulationspraktiken**
- „Techniken der unterschweligen Beeinflussung außerhalb des Bewusstseins einer Person“ einsetzen, „um das Verhalten einer Person [...] zu beeinflussen“ (Art. 5 Abs. 1 lit. a KI-VO-E)
- Gleiches gilt für Techniken, die „eine Schwäche oder Schutzbedürftigkeit einer bestimmten Gruppe von Personen“ ausnutzen (Art. 5 Abs. 1 lit. b KI-VO-E).
- Der Tatbestand erfasst allerdings jeweils **nur** eine solche Form der Beeinflussung, die „einen physischen oder psychischen Schaden“ zufügt
- Richtet sich nur an die Anbieter von KI, nicht die Verwender





# Gesetzlicher Rahmen

## AI Act

- Dark patterns verursachen keine derartigen Effekte, sie provozieren emotionale Reaktionen oder regen zum Handeln an
- Verursachen maximal Vermögensschäden
- Außerdem ist der Regelungsbereich des AI-Act auf Systeme beschränkt, die „absichtlich manipulativ sind oder betrügerische Techniken einsetzen“



# Gesetzlicher Rahmen

## AI Act

Aber: immerhin (begrenzte) **Transparenzvorschriften**  
(Art. 52 AI-Act)

- Kennzeichnung von KI-Interfaces (Abs. 1) - allerdings begrenzt auf die Anbieter der KI-Lösung
- Kennzeichnung von synthetisch hergestellten Werken (Abs. 1a) (Anbieter)
- Kennzeichnung von KI-gestützter **emotionaler Erkennung** (Abs. 2) - auch für *Nutzer*
- Kennzeichnung von **Deep Fakes** (Abs. 3) jetzt auch für Verwender der Deep Fakes)

Ergänzt bestehende Kennzeichnungsvorschriften in Deutschland zu **Fake Accounts** und **Social Bots** in Sozialen Medien  
(§ 18 Abs. 3 MStV)

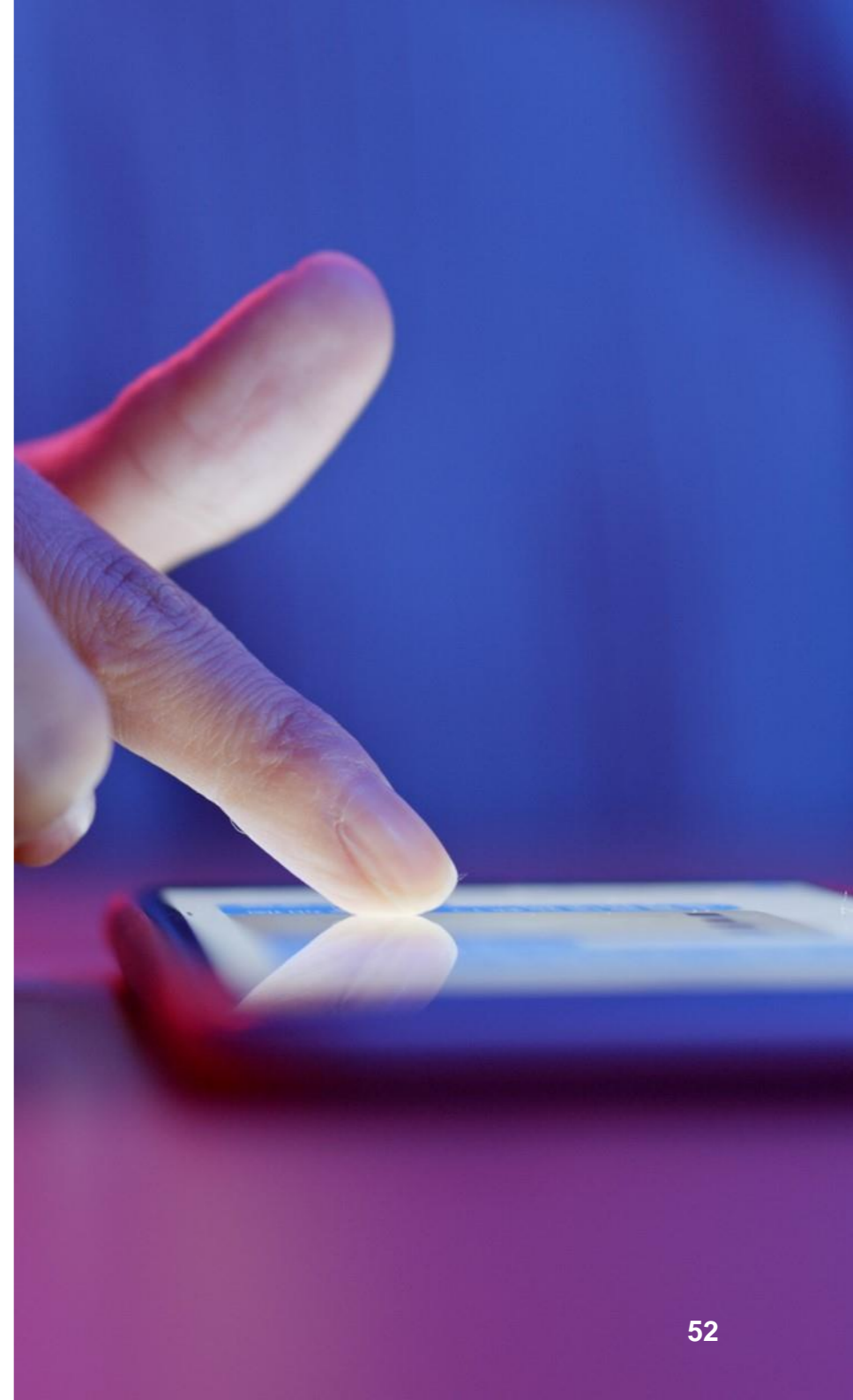


# 6 | **Aussichten und Fazit**

# Gesetzlicher Rahmen

## Europäische Bestrebungen

- Mit dem Inkrafttreten des europäischen KI-Gesetzes (**AI Act**) wird es zumindest weitere Transparenzvorschriften geben, ggf. wird KI-gestützten Dark Patterns so auch weitere Grenzen aufgezeigt
- nuancierte und fortgeschrittene Formen der Beeinflussung von Nutzern mit Hilfe von KI werden es extrem schwierig machen, Vorschriften zu erlassen und diese durchzusetzen
- Aber: der EU-Gesetzgeber hat Dark Patterns auf dem Schirm
- Ob die bisherigen Anstrengungen der EU hierfür ausreichen, bleibt abzuwarten



# Gesetzlicher Rahmen

## Europäische Bestrebungen

- Das Komitee für den internen Markt und Verbraucherschutz des **Europäischen Parlaments** ruft die Kommission deshalb in ihrem Draft Report (2023/2043(INI)) dazu auf „bestehende Regelungslücken in Bezug auf die Schwachstellen der Verbraucher, Dark Patterns und süchtig machende Merkmale digitaler Dienste dringend zu schließen;“
- Sammelklagen werden in den nächsten Jahren vermehrt die Gerichte beschäftigen (neues Verbandsklagegesetz).
- Um insoweit frühzeitig Rechtssicherheit herzustellen, sind klare gesetzliche Leitplanken und Bewertungsmaßstäbe erstrebenswert.

# Q&A



**Herzlichen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit!**

---



Melden Sie sich hier zu unserem  
Newsletter an und bleiben Sie  
immer auf dem Laufenden!

[taylorwessing.com/de/subscribe](https://taylorwessing.com/de/subscribe)



# Save-The-Date

5.12.2024

Forum Markenrecht  
LIVE in Düsseldorf

Nähere Infos folgen!





# Speaker



**Dr. Thorsten Troge**

Partner



**Dr. Christian Tenkhoff**

Salary Partner



[Europa](#) > [Mittlerer Osten](#) > [Asien](#)

[taylorwessing.com](https://taylorwessing.com)

© Taylor Wessing 2024

Diese Publikation stellt keine Rechtsberatung dar. Die unter der Bezeichnung Taylor Wessing tätigen Einheiten handeln unter einem gemeinsamen Markennamen, sind jedoch rechtlich unabhängig voneinander; sie sind Mitglieder des Taylor Wessing Vereins bzw. mit einem solchen Mitglied verbunden. Der Taylor Wessing Verein selbst erbringt keine rechtlichen Dienstleistungen. Weiterführende Informationen sind in unserem Impressum unter [taylorwessing.com/de/legal/regulatory-information](https://taylorwessing.com/de/legal/regulatory-information) zu finden.