University of Ferrara

Digital Fairness Act

Prof. Dr. Alberto De Franceschi

Universität Ferrara

Agenda

- Ausgangspunkte
- Kosten digitaler Unfairness
- Geltender Rechtsrahmen
- Der kommende DFA
- Zentrale Handlungsfelder
- Prioritäre Empfehlungen
- Schlussfolgerungen und Ausblick

Entscheidungsarchitektur als Regulierungsproblem

Klassische Werbeaussagen

Bewertung einer Benutzeroberfläche

Gesamtgestaltung des Entscheidungsprozesses

Regelungsmodell

Hybrides Modell

Technologieneutrale Fairnessklausel

Wie Wahlmöglichkeiten gestaltet, getestet und personalisiert werden

EU-Agenda

Der 2022 eingeleitete Fitness-Check

Das am 3. Oktober 2024 veröffentlichte Dokument

Die public Consultations vom 2025

Der 2026 Vorschlag für einen EU-KIDS-Act

Kosten digitaler Unfairness

Der Fitness-Check schätzt den finanziellen Schaden, der für Verbrauchern in der Union durch Unfairness im digitalen Umfeld entsteht, auf mindestens 7,9 Milliarden Euro jährlich.

Den Unternehmen stehen geschätzte jährliche Anpassungs- und Verwaltungskosten der drei untersuchten Richtlinien von rund 511 bis 737 Millionen Euro gegenüber.

Dark Patterns in der Praxis

97 Prozent der untersuchten populären Websites und Apps enthalten mindestens ein Dark Pattern

Nachgewiesene Verhaltenseffekte

Milde Dark Patterns

Aggressive Dark Patterns

Versteckte Informationen, irreführend formulierte Fragen und Austrittsbarrieren

Funktionsfähigkeit des EU-Informationsmodell?

Influencer Marketing und Minderjährige

- Mangel einer unionsrechtlichen Definition des Influencer-Begriffs
- Ab wann eine Person als Influencer gilt
- Offenlegung der Influencer-Tätigkeit
- Kennzeichnungspflichten für werbliche Beiträge
- Schutz vulnerabler Gruppen

Geltender Rechtsrahmen und verbleibende Lücken

- UGP-Richtlinie
- Verbraucherrechterichtlinie
- Klauselrichtlinie

Geltender Rechtsrahmen und verbleibende Lücken

e.g.

- DSGVO
- DSA
- DMA
- Data Act
- AI Act
- Produkthaftungsrichtlinie

Der kommende DFA: Schwerpunkte

- „Dark Patterns“ süchtig machendes Design
- Unlautere Personalisierung
- Intransparentes Marketing durch Social-Media-Influencer
- Dynamische Preisgestaltung
- Schwierigkeiten bei der Kündigung online abgeschlossener Verträge
- Automatischen Verlängerungen von Abonnements
- Unerwartete Preiserhöhungen nach kostenlosen Testphasen
- KI-Agenten

Zentrale Handlungsfelder

1. Dark Patterns wirkungsorientiert definieren

- Vorhersehbare Beeinträchtigung von Autonomie, Entscheidungsfähigkeit oder Wahlfreiheit

- E.g.: Falschinformationen, Verschleierung wesentlicher Elemente, ungerechtfertigte Asymmetrie gleichwertiger Optionen, unverhältnismäßige Hindernisse bei der Rechtsausübung, wiederholte Aufforderungen nach einer Ablehnung, nachteilige Voreinstellungen sowie unechte Knappheit oder soziale Beweise.

1. Dark Patterns wirkungsorientiert definieren

- Symmetrieprinzip
- „Bright“ oder „Transparent Patterns“ (SVRV, 2025)
- Remoratoren (SVRV, 2025)

2. Suchtförderndes Design

- Risiken
- Anspruch gegen Social-Media-Unternehmen
- EU-Recht und Anwendungsfälle (e.g. *TikTok Lite*, 2024).
- USA (e.g. *California et al. gegen Meta Platforms, Inc.)*
- China (- *Verordnung zum Schutz von Minderjährigen im Cyberspace*
  - *Bestimmungen zur Verwaltung algorithmischer Empfehlungen für Internet-Informationsdienste*)

3. Personalisierung und individuelle Preise

Dreierregel: Transparenz, Opt-out und Rechtsbehelfe

- Transparenz: müssen erkennen können, ob ihr Preis automatisiert personalisiert wurde;
- Opt-out: sie sollten auf eine nicht profilbasierte Preisoption ausweichen können;
- Rechtsmittel: und Verstöße müssen mit wirksamen Rechtsbehelfen verbunden sein (SVRV, 2025).

4. Influencer Marketing

- Offenlegung der Influencer-Tätigkeit
- Unionsrechtliche Definition des Influencer-Begriffs
- Klare Kriterien darüber, ab wann eine Person als Influencer gilt
- Einführung klarer Kennzeichnungspflichten für werbliche Beiträge
- Designvorgaben

5. Videospiele und virtuelle Währungen

- Zwischenwährungen
- Offenlegung des realen Gegenwerts
- Deaktivierung für Minderjährige?

6. Verlängerung und Kündigung

- Regeln für automatische Verlängerungen, kostenlose Testphasen und eine einfache Kündigung
- Europäischer Kündigungsbutton
- Positive Gestaltungspflichten

7. Koordinierung mit dem EU-Kids Act

- Gemeinsame Definitionen und datensparsame Verfahren zur Altersfeststellung

- Altersprüfung und Datenschutz

8. Agentische KI als Verbraucherschutzinstrument

- Mandat
- Unterbeauftragung
- Zugang unabhängiger Assistenten zu digitalen Diensten
- Treuepflichten, Zweckbindung und Schutz vor Selbstbevorzugung
- Privatrechtliche Regeln zur Zurechnung
- Pflicht, wesentliche Entscheidungen auf Anfrage zu erläutern.

  - ELI Model Rules on Digital Assistants for Consumer Contracts
  - 29.06.2026: Vorschlag eines US-AI AGENT ACT
  - 08.10.2026: Vorschlag eines italienischen Gesetzes zu KI-Agenten
  - 08.10.2026: SVRV-Gutachten, Verbraucherschutz im Agentic Commerce

9. Rechtsbehelfe und Rechtsdurchsetzung

- Verfahrensrecht
- Beweislast
- Vermutungen des Kausalzusammenhangs
- Mehr synergie Private/Public Enforcement
- Verhältnismäßigkeit der Sanktionen
- Ergebnisse behördlicher Untersuchungen und Feststellungen
- Schwächen des CPC-Systems

Schlussbetrachtungen

1. Kombination einer Fairnessklausel mit einer schwarzen Liste und risikogerechten Designpflichten

2. Wirkungsorientierte Definition von Dark Patterns

3. Sichere Voreinstellungen und strengere Schutzstandards für Minderjährige

4. Einheitliche Regeln für die Offenlegung und Ausübung der Influencer-Rolle

5. Transparente Kosten und Ausgabenlimits bei Videospielen

Schlussbetrachtungen

6. Einwilligung, rechtzeitige Hinweise und Kündigung über denselben Kanal bei digitalen Verträgen

7. Fairer Zugang, widerrufbare Mandate und Loyalitätspflichten für digitale Assistenten

8. Archivierungspflichten und ausgewogene Beweisvermutungen.

9. Synergie von Private and Public Enforcement sowie präzise Bestimmungen zur Verjährung

10. Koordinierte grenzüberschreitende Durchsetzung

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

alberto.defranceschi@unife.it