Heinrich Heine Universität Düsseldorf

DICE
Düsseldorf Institute for Competition Economics

A. Rasch, DICE, Heinrich-Heine-Universität, Universitätsstr. 1, D-40225 Düsseldorf

Prof. Dr. Alexander Rasch

Düsseldorf Institute for
Competition Economics (DICE)
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Oeconomicum 24.31.01.17
Universitätsstraße 1
40225 Düsseldorf

Telefon: +49 211 81-10234
Internet: dice.hhu.de
E-Mail: rasch@dice.hhu.de

Düsseldorf, 11. September 2026

BW37

⋆ Seminar zu dunklen Mustern ⋆

Überblick

Das Seminar beschäftigt sich mit dem wettbewerbspolitisch und verbraucherpolitisch immer relevanteren Thema der sogenannten dunklen Mustern (*Dark Patterns*). Unter diesem Sammelbegriff versteht man unterschiedliche Geschäftspraktiken (beispielsweise *Confirmshaming*, *Hidden Information*, *Drip Pricing*), mit deren Hilfe Firmen insbesondere im Internet versuchen, Kundinnen und Kunden zu täuschen und zu unnötigen und/oder überteuerten Käufen zu verleiten. Das Seminar soll einen Überblick zu den verwendeten Praktiken geben und es sollen die ökonomischen Implikationen einzelner Aspekte mit Hilfe theoretischer mikroökonomischer sowie experimenteller Methoden untersucht werden. Darüber hinaus sollen Fallbeispiele aus der Wettbewerbspraxis diskutiert werden.

Weitere Informationen:

- Dozenten: Jun.-Prof. Dr. Reinhold Kesler & Prof. Dr. Alexander Rasch
- Zielgruppe: fortgeschrittene Studierende der Studiengänge B.Sc. VWL/Economics, B.Sc. BWL
- Voraussetzungen: Der Besuch der Veranstaltungen zu den Grundlagen der Volkswirtschaftslehre wird empfohlen. Bei einer vorangegangenen Teilnahme an einem Seminar der Dozenten i. R. v. BW37 zu diesem Thema ist eine Teilnahme ausgeschlossen!
- Kurssprache: Deutsch/Englisch
- Anmeldung: Bitte folgen Sie den zentralen Hinweisen!
- Themenvergabe: Die Themen werden im Anschluss an eine Vorbesprechung per Webex am 19.10.2026 um 9 Uhr vergeben (Teilnahmepflicht!).

- Nichterscheinen/Ausbleibende Abmeldung: Bei verpasster Teilnahme an der Einführungsveranstaltung oder ausbleibender Abmeldung vom Seminar ist eine Teilnahme an späteren Seminaren der Dozenten ausgeschlossen.
- Prüfungsleistung
  1. Hausarbeit (ca. 10 Seiten; Abgabe bis 5.1.2027)
  2. Kurzvortrag (10 Minuten + 5–10 Minuten Diskussion; zweite Januarhälfte)
- Umfang: Zwei dieser Seminare erfüllen zusammen die Anforderungen des Moduls BW37.

Themen

1. Definition und Überblick
2. Erklärungsansätze
3. Kundenreaktionen
4. Fallbeispiele
5. Theoretische Beiträge
6. Experimentelle Studien

Einstiegs-/Beispielliteratur

- CMA, 2022. Online Choice Architecture – How Digital Design Can Harm Competition and Consumers. Discussion Paper CMA 155.
- Gray, C. M., J. Chen, S. S. Chivukula, L. Qu, 2021. End user accounts of dark patterns as felt manipulation. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 5, Article 372.
- Mathur, A., A. Gunes, M. J. Friedman, E. Lucherini, J. Mayer, M. Chetty, A. Narayanan, 2019. Dark patterns at scale: Findings from a crawl of 11k shopping websites. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 3, Article 81.
- Morwitz, V., E. Greenleaf, E. Johnson, 1998. Divide and prosper: Consumers' reactions to partitioned prices. Journal of Marketing Research, 35, 453–463.
- Rasch, A., M. Thöne, T. Wenzel, 2020. Drip pricing and its regulation: Experimental evidence. Journal of Economic Behavior & Organization, 176, 353–370.
- Sullivan, M. W., 2017. Economic Analysis of Hotel Resort Fees, Report. FTC.
- OECD, 2022. Dark Commercial Patterns. OECD Digital Economy Papers No. 336.