

Inhaltsübersicht

Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis.	XXV
Einführung	1
A. Ziel, Methode und Grenzen	2
B. Gang der Untersuchung	3
C. Vorüberlegungen	5
TEIL I: Das Wesen der Täuschung und der Manipulation	11
§ 1 Funktionsweise der Einflussnahme	13
A. Aristotelisch-thomanische Handlungstheorie	13
B. Menschenbild der Handlungstheorie	22
C. Zusammenfassung von § 1	48
§ 2 Typologie der Täuschung	50
A. Linguistische Grundlagen	50
B. Täuschungstypen	63
C. Zusammenfassung von § 2	74
§ 3 Typologie der Manipulation	75
A. (Weitere) Charakteristika der Manipulation	75
B. Typologie der Manipulation	82
C. Zusammenfassung von § 3	86
TEIL II: Ethische und ökonomische Bewertung	87
§ 4 Ethische Bewertung	89
A. Überblick über ethische Ansätze	89
B. Ansatzpunkte bei der Einflussnahme	93
C. Moralischer Unterschied zwischen Täuschung und Manipulation	102
D. Manipulation: The Good, the Bad, and the Ugly	103
E. Zusammenfassung von § 4	110
§ 5 Ökonomische Bewertung	112
A. Marktgleichgewicht und Wettbewerb	113

B. Täuschungs- und Manipulationsprofit	117
C. Täuschungs- und Manipulationsgleichgewicht	137
D. Zusammenfassung von § 5	147
TEIL III: Rechtliche Regulierung der Einflussnahme	149
§ 6 Das Recht der Einflussnahme und seine Regulierungsziele	151
A. Das Recht der Einflussnahme als Regulierungsrecht	151
B. Regulierungsziele im Recht der Einflussnahme	154
C. Spielarten der Regulierungsinstrumente	159
D. Zusammenfassung von § 6	162
§ 7 Ex-post-Regulierungsinstrumente	163
A. Ökonomische Vorüberlegungen	163
B. Sachverhaltsbeurteilung: Vorliegen einer Täuschung oder Manipulation	180
C. Kausalität	228
D. Marktgegenseite	237
E. Mitbewerber	268
F. Kollektiver Rechtsschutz	282
G. Zusammenfassung von § 7	287
§ 8 Ex-ante-Regulierungsinstrumente	291
A. Verbote	291
B. Zertifizierung	293
C. Offenlegung, Standardisierung, Verhaltensregeln	293
D. „Softe“ Regulierung	303
E. Steuern	307
F. Zusammenfassung von § 8	310
§ 9 Fallstudie: Digitale Manipulation	312
A. Manipulation früher und heute	312
B. Das Phänomen der digitalen Manipulation	314
C. Ethische und ökonomische Besonderheiten	327
D. Regulierungsherausforderungen	329
E. Zusammenfassung von § 9	345
Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse	347
 Literaturverzeichnis	 361
Stichwortverzeichnis	397

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	VII
Inhaltsübersicht	IX
Abbildungsverzeichnis.	XXV
Einführung	1
A. Ziel, Methode und Grenzen	2
B. Gang der Untersuchung	3
C. Vorüberlegungen	5
I. Das Kontinuum der Beeinflussung	5
II. Grundbegriffe	6
1. Etymologische Annäherung	7
a) „Täuschung“	7
b) „Manipulation“	7
2. Gemeinsamkeiten und Unterschiede	8
TEIL I: Das Wesen der Täuschung und der Manipulation	11
§ 1 Funktionsweise der Einflussnahme	13
A. Aristotelisch-thomanische Handlungstheorie	13
I. Praktischer Syllogismus	13
1. Praktischer Schluss	13
2. Logik des praktischen Syllogismus?	15
II. Zwecktrias („Threefold Division“)	16
III. Beeinflussung als Einwirkung auf Prämissen	17
1. Taxonomie der Einflussnahme	18
a) Passende Zwecke	18
b) Nützliche Zwecke	19
c) Angenehme Zwecke	19
2. Erste Konturen der Täuschung und Manipulation	21
B. Menschenbild der Handlungstheorie	22
I. Ideengeschichtlicher Kontext	23
II. Rational Choice Theory	24
III. Bounded Rationality	27
1. „Heuristics and Biases“	28
2. „Fast and Frugal Heuristics“ und ökologische Rationalität	29
3. Unterschiede, vor allem aber Gemeinsamkeiten	30

4. Heuristiken als Werkzeuge der Einflussnahme	31
a) Reziprozität	32
aa) Allgemeines	32
bb) Verwandte Heuristiken	33
(1) Kontrasteffekt	33
(2) Verwässerungseffekt	33
b) Konsistenz	34
aa) Allgemeines	34
bb) Verwandte Heuristiken	35
(1) Verfügbarkeitsheuristik, Rückschaufehler	35
(2) Framing, Mental Accounting	36
(3) Ankereffekt	37
(4) Reihenfolgeeffekt	38
(5) Repräsentativheuristik	39
c) Soziale Bewährtheit	39
d) Sympathie	40
e) Autorität	42
f) Knappheit	43
aa) Allgemeines	43
bb) Verwandte Heuristiken	44
IV. „Zwei Seelen wohnen, ach! in meiner Brust“	45
1. Dual Process Theory	45
2. Kognitive Leichtigkeit und Ego-Depletion	47
C. Zusammenfassung von § 1	48
§ 2 Typologie der Täuschung	50
A. Linguistische Grundlagen	50
I. Die „Bedeutung“ sprachlicher Ausdrücke	51
1. Semantik und Pragmatik	51
2. Propositionale Gehalte	52
II. Schlüsse	54
1. Semantische Implikation	55
2. Präsupposition	55
3. Explikatur	56
4. Implikatur	56
a) Kooperationsprinzip	57
b) Nichterfüllen der Maximen	58
c) Entstehen einer konversationellen Implikatur	59
d) Exkurs: Konventionelle Implikaturen	60
III. Schluss und Grad der Verbindlichkeit	61
1. Hinführung: Die illokutionäre Kraft	61
2. Grad der Verbindlichkeit der Schlüsse	62
B. Täuschungstypen	63
I. Vorüberlegungen	63
1. Allgemeine Täuschungsdefinition	63
2. Unbeabsichtigte Täuschung?	64

3. Exkurs: Behauptungen und das Überzeugen	65
II. Semantische Täuschung	67
1. Wörtliche Falschheit	68
2. Falsche semantische Implikationen	68
3. Falsche Präsuppositionen	69
III. Pragmatische Täuschung	69
1. Falsche Explikaturen	69
2. Falsche Implikaturen	70
IV. Sonderfälle	71
1. Nicht-sprachliche Täuschung	71
2. Täuschung durch Unterlassen	72
a) Verstoß gegen das Kooperationsprinzip (Halbwahrheiten)	72
b) Verstoß gegen andere Normen (reines Unterlassen)	73
c) Kein Verstoß gegen Normen (Selbsttäuschung)	73
C. Zusammenfassung von §2	74
§3 Typologie der Manipulation	75
A. (Weitere) Charakteristika der Manipulation	75
I. Umgehung oder Untergrabung der Rationalität?	76
1. Rationale Einflussnahme	77
a) Überzeugen als Urtyp rationaler Einflussnahme	77
b) Vergleich: Täuschung und Rationalität	77
c) Vorläufiges Fazit	78
2. Umgehung der Rationalität	78
3. Untergrabung der Rationalität	78
4. Fazit	80
II. Manipulation mittels propositionaler Aussagen	80
III. Dient die Manipulation negativen Zwecken?	80
IV. Manipulation und die freie Wahl	82
B. Typologie der Manipulation	82
I. Kognitive Manipulation	83
1. Beschreibung	83
2. Beispiele	83
II. Affektive Manipulation	84
1. Beschreibung	84
2. Beispiele	85
C. Zusammenfassung von §3	86
TEIL II: Ethische und ökonomische Bewertung	87
§4 Ethische Bewertung	89
A. Überblick über ethische Ansätze	89
I. Deontologische Ethik	89

II. Tugendethik	90
III. Konsequentialistische Ethik	91
B. Ansatzpunkte bei der Einflussnahme	93
I. Autonomie und Würde	93
1. Autonomie	93
a) Kants Autonomiekonzeption	93
b) Frankfurts Konzeption der Willensfreiheit	94
2. Würde	96
II. Vertrauen	98
1. Erosion kommunikativen Vertrauens	98
2. Konsequentialistische Kritik	99
3. Bewertung	100
C. Moralischer Unterschied zwischen Täuschung und Manipulation.	102
D. Manipulation: The Good, the Bad, and the Ugly	103
I. „The Good“	103
II. „The Bad“	103
III. „The Ugly“	104
IV. Indikatoren	105
1. Machtbalancen	105
a) Figurationen	106
b) Unternehmer und Verbraucher	107
2. Situatives Umfeld: Das „Business Game“	108
a) Die Spielregeln	108
b) Das Spielfeld	109
E. Zusammenfassung von § 4	110
§ 5 Ökonomische Bewertung	112
A. Marktgleichgewicht und Wettbewerb	113
I. Marktgleichgewicht	113
II. Kräfte des Wettbewerbs	115
III. Zwischenfazit und die Gefahren der Marktkräfte	116
B. Täuschungs- und Manipulationsprofit	117
I. Neoklassische Wohlfahrtsanalyse	117
1. Nachfrager	117
2. Anbieter	119
3. Preismechanismus	120
a) Gütermarkt	120
b) Kapitalmarkt	121
II. Täuschungs- und Manipulationsprofit	123
1. Informationsasymmetrien, <i>biases</i> und Marktversagen.	123
2. Täuschung und Manipulation als opportunistisches Verhalten	125

III. Wohlfahrtsanalyse unter dem Eindruck einer Einflussnahme	127
1. Wahrgenommener Nutzen höher als tatsächlicher Nutzen	127
2. Wahrgenommenes Risiko geringer als tatsächliches Risiko	128
3. Wahrgenommener Preis geringer als tatsächlicher Preis	129
4. Preismechanismus	130
a) Gütermarkt	130
b) Kapitalmarkt	131
IV. Soziale Kosten der Täuschung und Manipulation	133
1. Fehllallokation	133
2. Mitbewerber	134
3. Kosten für die Durchführung der Einflussnahme	134
4. Vorsorgeaufwendungen aufgrund eines Vertrauensverlusts	135
5. Ressourcenschäden	135
6. Verteilungsgerechtigkeit	136
C. Täuschungs- und Manipulationsgleichgewicht	137
I. Nochmals: Die „natürliche Selektion“ des Wettbewerbs	137
II. Täuschungs- und Manipulationsgleichgewicht	138
1. <i>Hansons</i> und <i>Kysars</i> „Market Manipulation“	138
2. <i>Akerlofs</i> und <i>Shillers</i> „Phishing Equilibrium“	139
3. Fazit: Täuschungs- und Manipulationsgleichgewicht	141
III. Marktlösungen	142
1. Lerneffekte	142
a) Lernen und (Lebens-)Erfahrung	142
b) Grenzen des Lernens	143
2. Reputation	144
3. Aufklärung und Rat	146
D. Zusammenfassung von § 5	147
 TEIL III: Rechtliche Regulierung der Einflussnahme	 149
§ 6 Das Recht der Einflussnahme und seine Regulierungsziele	151
A. Das Recht der Einflussnahme als Regulierungsrecht	151
I. Rechtsgebietsübergreifender Blick	151
II. Methodische Hindernisse?	152
III. Begriff und Ziele der Regulierung	152
1. Regulierungsbegriff	152
2. Regulierungsziele	153
B. Regulierungsziele im Recht der Einflussnahme	154
I. Gewährleistung der Privatautonomie	154

1. Von der Willkür des Einzelnen ...	154
2. ... über den Vertrauens- und Verkehrsschutz ...	155
3. ... zur Steuerungsfunktion der Willkür ...	156
II. Wohlfahrtsmaximierung ...	156
1. Allgemeines ...	156
2. Institutionenschutz ...	157
3. Vertrauen im Besonderen ...	158
C. Spielarten der Regulierungsinstrumente ...	159
I. Allgemeines ...	159
II. Ex-ante- und Ex-post-Regulierung ...	160
III. Private und staatliche Initiierung ...	161
D. Zusammenfassung von § 6 ...	162
§ 7 Ex-post-Regulierungsinstrumente ...	163
A. Ökonomische Vorüberlegungen ...	163
I. Abschreckung ...	164
II. Wohlfahrtsschädlich oder wohlfahrtsförderlich? ...	165
1. Unbeabsichtigte Einflussnahme ...	165
a) Zwei-Personen-Verhältnis ...	165
b) Masseneinflussnahmen ...	167
aa) Risiko-Nutzen-Analyse: Mikroabwägung ...	168
bb) Beispiel ...	172
cc) Vorweg: Dogmatische Einkleidung ...	173
2. Absichtliche Einflussnahme ...	174
III. Soziale Kosten ...	175
1. Fehlallokationen und ihre Folgen ...	176
2. Beachtlichkeit von Umverteilungsschäden ...	177
a) Umverteilung zwischen Einflussnehmer und Adressaten ...	177
b) Umverteilung zwischen den Marktteilnehmern ...	178
IV. Folgerungen ...	179
B. Sachverhaltsbeurteilung: Vorliegen einer Täuschung oder Manipulation ...	180
I. Feststellung einer Täuschung ...	181
1. An die Täuschung anknüpfende Rechtsregeln ...	182
2. Hinführung: Erklären und Verstehen ...	182
3. Interpretativer Ansatz ...	184
a) Die Kunst der Auslegung ...	185
b) Interpretationsobjekt ...	186
c) Interpretationsregeln ...	187
aa) Semantische Interpretation ...	188
bb) Pragmatische Interpretation ...	189
cc) Die Gefahr der Hase-Ente-Illusion ...	191
dd) Grad der Verbindlichkeit ...	193
d) Wahl der Interpretationsregel ...	193
aa) Formale und materielle Realisierbarkeit ...	194
bb) Verhaltenssteuernde Wirkung ...	196

cc) Kommunikative Umgebung	197
e) Interpretationsstandards	198
4. Effektbasierter Ansatz	201
a) Festzustellender Effekt	201
aa) Informationelle Effekte	201
bb) Mittelbare Täuschungseffekte	202
b) Evidenzbasierte Feststellung	203
aa) Demoskopische Befragungen	204
bb) Experimentelle Studien	204
cc) Ereignisstudien (<i>event studies</i>)	206
dd) Wesentlichkeitsschwelle, oder: „Irreführungsquote“	207
c) Erfahrungsgestützte Feststellung	208
aa) Alltagspsychologische Beobachtungen	208
bb) Wissenschaftliche Theorien und Hypothesen	209
d) Vor- und Nachteile der Feststellungsarten	209
5. Konstruktiver Ansatz	210
a) Abgrenzung zwischen Interpretation und Konstruktion	211
aa) „Interpretation“ und „Construction“ im US-Recht	211
bb) Konstruktion im Rahmen der Sachverhalts- beurteilung	212
b) Maßfiguren und normative Konstruktion	214
aa) Maßfiguren als Maßstäbe für eine normative Konstruktion	214
bb) Konturen der Maßfiguren: Mikroabwägung	216
c) Pragmatische Täuschung und Irreführungsquote	218
aa) Pragmatische Bedeutungsgehalte	218
bb) Irreführungsquote	219
d) Verhältnis zum interpretativen und effektbasierten Ansatz	220
II. Feststellung einer Manipulation	220
1. An die Manipulation anknüpfende Rechtsregeln	221
2. Feststellung einer Manipulation	222
3. Defizite einer Ex-Post-Regulierung der Manipulation	223
a) Heterogenität der Adressaten	223
b) Wissensproblem der Gerichte	224
c) Eingeschränkte Lernfähigkeit	225
d) Fazit	225
4. Besonders verwerfliche Manipulation	226
III. Fazit zur Sachverhaltsbeurteilung	227
C. Kausalität	228
I. Transaktionskausalität	228
II. Preiskausalität	230
1. Kapitalmarkt	231
2. Gütermarkt	234
III. Wettbewerbliche Relevanz	236
D. Marktgegenseite	237
I. Rückabwicklung	237

1. Rechtsregeln	237
a) Unwirksamkeit nach § 138 BGB	237
b) Anfechtung	239
aa) Allgemeines	239
bb) Vorsatznachweis	240
c) Widerruf	240
d) Rücktritt	242
2. Steuerungswirkung	242
a) Verlust des Täuschungs- oder Manipulationsprofits	242
b) Neue Chance für eine Pareto-Verbesserung	243
II. Schadensersatz	244
1. Täuschung und Manipulation als Pflichtverletzung	244
a) Vertragliche Pflicht	245
b) Vorvertragliche Pflicht	246
c) Deliktische Pflicht	248
aa) Ressourcenschäden	248
bb) Vermögen als solches	249
cc) Spezialgesetzliche Kapitalmarktpflichten	250
dd) Lauterkeitsrechtliche Pflichten	251
ee) Mittelbare Schädigungen und Schutzzweck- zusammenhang	251
2. Ersatzfähiger Schaden	253
a) Interesse	253
b) Vertragsabschlussschaden	256
aa) Konkurrenzverhältnis von c.i.c. und Anfechtung	257
bb) Mittelbare Schädigungen	257
c) Entgangener Gewinn	258
d) „Kleiner Schadensersatz“	258
aa) Wesen und Dogmatik	259
bb) Beispiel: „Dieselskandal“	260
cc) Transaktionskausalität erforderlich?	262
3. Steuerungswirkung	263
a) Wirtschaftliches Eigeninteresse des Einflussnehmers	264
aa) Im Allgemeinen	264
bb) Kapitalmarktinformationshaftung	265
b) Gefährdungshaftung	267
E. Mitbewerber	268
I. Abwehr	269
1. Täuschungstatbestände	269
a) „Durchschnittsverbraucher“ und Mikroabwägung	269
b) § 5 UWG	270
aa) Allgemeines	270
bb) Unwahre Angaben und Täuschungseignung	271
c) §§ 5a, 5b UWG	272
aa) § 5a UWG	273
bb) § 5b UWG	273
2. Manipulationstatbestände	274

3. Beseitigungs- und Unterlassungsanspruch	275
4. Steuerungswirkung	276
a) Allgemeines	276
b) „Naming and Shaming“ im Lauterkeitsrecht?	277
II. Schadensersatz	279
1. § 9 Abs. 1 UWG	279
a) Entgangener Gewinn	279
b) Marktentwörung	280
2. Allgemeines Deliktsrecht	282
F. Kollektiver Rechtsschutz	282
I. Verbandsklage	283
1. Allgemeines	283
2. Exkurs: Gewinnabschöpfung nach § 10 UWG	283
II. Musterfeststellungsverfahren	285
G. Zusammenfassung von § 7	287
§ 8 Ex-ante-Regulierungsinstrumente	291
A. Verbote	291
I. Klassisches Verbot	291
II. Verbot mit Erlaubnisvorbehalt	292
B. Zertifizierung	293
C. Offenlegung, Standardisierung, Verhaltensregeln	293
I. Täuschung	295
1. Klarstellung	295
2. Greenwashing auf dem Finanzmarkt	296
II. Manipulation	298
1. Warnhinweise	299
2. Werbemaßnahmen von Wertpapierfirmen	301
D. „Softe“ Regulierung	303
I. (Regulierte) Selbstregulierung	303
1. Selbstregulierung mit Steuerungswirkung	303
2. „Comply or Explain“	305
II. Naming and Shaming	306
E. Steuern	307
I. Pigou-Steuer als Steuerungsinstrument	308
II. Umsetzung	310
F. Zusammenfassung von § 8	310
§ 9 Fallstudie: Digitale Manipulation	312
A. Manipulation früher und heute	312
B. Das Phänomen der digitalen Manipulation	314
I. Datensammlung	314
II. Analyse	316
1. Profiling	316

2. Algorithmische Identifizierung kognitiver Schwachstellen	318
a) Algorithmen und künstliche Intelligenz	318
b) Maschinelle Manipulation: „The End of Theory“	319
III. Einflussnahme	321
1. Microtargeting	322
2. „Dark Patterns“	323
3. Adaptive Entscheidungsarchitektur	325
4. Vorteile digitaler Einflussnahme	325
C. Ethische und ökonomische Besonderheiten	327
I. Ethische Erwägungen	327
II. Ökonomische Erwägungen	328
D. Regulierungsherausforderungen	329
I. Täuschung oder Manipulation?	329
II. Abschied vom durchschnittlichen Verbraucher?	330
1. Der verletzte Verbraucher als Regelfall	330
2. Verletzlichkeit als situatives Konzept	332
III. Durchsetzungsdefizite	333
IV. Nachweis einer Manipulation	333
1. Feststellung einer Manipulation	333
a) Evidenzbasierte Feststellung	334
b) Erfahrungsgestützte Feststellung	334
2. Nachweis eines Verschuldens	335
3. Darlegungs- und Beweiserleichterungen	335
V. Regulierungsinstrumente	337
1. Ex-post-Regulierung	337
a) Bürgerlich-rechtliches Instrumentarium	337
b) Lauterkeitsrechtliches Instrumentarium	338
2. Ex-ante-Regulierung	339
a) Instrumentarium der DSGVO	340
aa) Personenbezogene Daten	340
bb) Verbot automatisierter Einzelfallentscheidungen	341
cc) Offenlegung	342
b) Überprüfung und Zertifizierung	342
c) „Comply or Explain“ und „Naming and Shaming“	343
d) Digitalsteuer	344
e) Ausblick: Verbot von Microtargeting	345
E. Zusammenfassung von § 9	345
 Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse	 347
Einführung	347
§ 1 Funktionsweise der Einflussnahme	347
§ 2 Typologie der Täuschung	348

§ 3	Typologie der Manipulation	349
§ 4	Ethische Bewertung	349
§ 5	Ökonomische Bewertung	350
§ 6	Das Recht der Einflussnahme und seine Regulierungsziele	351
§ 7	Ex-post-Regulierungsinstrumente	352
§ 8	Ex-ante-Regulierungsinstrumente	356
§ 9	Fallstudie: Digitale Manipulation	358
Literaturverzeichnis		361
Stichwortverzeichnis		397