

Datatilsynet
postkasse@datatilsynet.no

Forbrukertilsynet
post@forbrukertilsynet.no

Oslo 26.6.2018

Angående hvordan teknologiselskaper påvirker brukerne til å velge alternativer som gir dårligere personvern

Forbrukerrådet ønsker å gjøre Datatilsynet og Forbrukertilsynet oppmerksom på en rapport vi publiserte 27. juni 2018. Her undersøkte vi «popup-meldingene» om informasjon og samtykke som brukerne av Microsoft, Google og Facebook måtte forholde seg til i forbindelse med selskapenes tilpasning til personvernforordningen (General Data Protection Regulation – GDPR).

Rapporten «Deceived by Design» konkluderer med at selv om popup-meldingene ga brukerne alternativer når de skulle samtykke til behandling av personopplysninger, ble det benyttet ulike teknikker for å påvirke («nudge») eller presse brukerne til å samtykke til behandling av flest mulig opplysninger til bredest mulig formål. Rapporten demonstrerer bruk av såkalte *dark patterns* som kan beskrives som design og ordvalg som påvirker brukere til å velge alternativet som gagnar selskapet. Ett av disse grepene er bruken av standardinnstillinger som gir dårlig personvern, samtidig som personvernvennlige valg er mindre tilgjengelige. Videre ser vi at brukerne gis en illusjon av kontroll. I tillegg stilles brukerne overfor ultimatum mht. å akseptere vilkår («take it or leave it»).

Et hovedmål med personvernforordningen er å gi den enkelte høy grad av beskyttelse i forbindelse med behandling av personopplysninger og å gi økt kontroll med egne personopplysninger og rettighetene til disse. Funnene i rapporten viser hvordan selskapene anvender strategier som gjør at brukerne mister handlefrihet – og blir påvirket til å velge alternativer som gir dårligere personvern.

I rapporten belyses praksis som etter vårt syn er problematisk på flere måter, blant annet mener vi det er grunn til å vurdere praksisen til selskapene opp mot



forpliktelser etter personvernforordningen. Vi mener også det er grunn til å se nærmere på om praksisen kan være urimelig ifølge markedsføringsloven.

Særlig stiller vi spørsmål ved om behandlingen av personopplysninger oppfyller følgende krav i personvernforordningen:

- (1) Prinsippene om åpenhet, formålsbegrensning og dataminimering (artikkel 5): Brukerne får ikke det fulle bildet, og meldingene er utformet på en måte som «skjuler» viktig informasjon og påvirker brukerne til å samtykke til behandling av flest mulig opplysninger til en rekke formål.
- (2) Behandlingens lovlighet (artikkel 6 og 9) og særlig vilkår for samtykke (artikkel 7): Mange av meldingene som er omtalt i rapporten, ser ut til å være basert på samtykke som rettslig grunnlag for behandling. Men praksisen som selskapene har lagt seg på, gjør at vi stiller spørsmål ved om samtykket i disse tilfellene kan anses som informert og frivillig.
- (3) Innebygd personvern og personvern som standardinnstilling (artikkel 25): Utformingen og virkemåten til popup-meldingene som er beskrevet i rapporten, mener vi det er grunn til å stille spørsmål om er i strid med denne artikkelen, siden de gjør det vanskelig for fysiske personer å beskytte personopplysningene sine. Brukerne påvirkes til å dele flere personopplysninger, og (skjulte) standardinnstillinger er satt til alternativer som gir dårligere personvern.

Forbrukerrådet håper at dere deler vår bekymring for praksisen som er belyst i rapporten, og vi oppfordrer dere til å undersøke dette nærmere. Rapporten ser på tre av verdens største teknologibedrifter som behandler personopplysninger til milliarder av brukere. Det er viktig at disse selskapene går foran med et godt eksempel som andre bør følge, og for å oppnå det er Datatilsynet og Forbrukertilsynets videre undersøkelser avgjørende.

Vennlig hilsen

Forbrukerrådet

Finn Myrstad

Fagdirektør digitale tjenester,

Forbrukerpolitisk avdeling



Vedlegg: Rapporten «Deceived by design», datert 27.6.2018