

Forbrukertilsynet
Porselensvegen 32
3920 Porsgrunn

Klage mot Amazon Prime

Forbrukerrådet vil med denne klagen be Forbrukertilsynet vurdere om prosedyren for å avslutte abonnement på tjenesten Amazon Prime er i strid med markedsføringslovens regler om urimelig handelspraksis. Oppsigelsesprosedyren for Amazon Prime er utformet på en lite klar og tydelig måte og ivaretar etter vårt syn det grunnleggende prinsippet om at det skal være like enkelt for en forbruker å komme seg ut av en avtale som å tegne den i utgangspunktet.

Amazon og Amazon Prime

Amazon.com, Inc., med hovedkontor i Seattle, USA, er et av verdens største globale netthandelsselskaper, med tilpassede nettsider for ulike land og en rekke fysiske varehus over hele verden, der Sverige er siste etableringssted.

Amazon Prime er selskapets digitale innholdstjeneste, der du som Primeabonntent får kundefordeler om du handler på Amazon, for eksempel rabatterte varer for Prime-medlemmer. Prime-medlemskapet gir tilgang til andre tjenester fra Amazon, for eksempel Prime Reading, Prime Music, Prime Gaming og Prime Video uten å betale ekstra for den enkelte tjeneste.

Tilbudet av tjenester i Prime, er noe ulikt alt etter hvilket land du er hjemmehørende i, og om du har tegnet et Prime-abonnement direkte eller som (handlende) kunde på markedspllassen til amazon.com.

For å tegne et abonnement på Prime, må du først opprette en Amazon-konto dersom du ikke har det fra tidligere. Er du allerede en registrert og handlende



kunde hos Amazon, kan et Prime-abonnement opprettes når du er innlogget på din Amazon-konto.

Amazon Prime fordelsprogram har mer enn 150 millioner medlemmer. Selv om vi ikke har konkrete tall på antall norske abonnenter, har Amazon Prime Video, som er en del av Amazon Prime, den nest største markedsandelen blant videostrømmingsplattformer i Europa, kun Netflix er større.

Amazon er etablert i Europa med hovedkontor i Luxembourg. Adressen er: Amazon EU SARL, Société à responsabilité limitée, 38 avenue John F. Kennedy, L-1855 Luxembourg, som vil være klagemotpart.

Kort om bakgrunnen for klagen

Markedet for abonnementsbaserte digitale innholdstjenester er stort og omfatter mange forskjellige typer tjenester, blant annet kan du abonnere på filmer, serier, musikk, lydbøker, sportssendinger og videospill. Forbrukere som abonnerer på en tjeneste får tilgang til et bredt utvalg av innhold, til en månedlig pris som ikke nødvendigvis er høy, men som tilsammen kan bli et betydelig beløp på årsbasis.

Gjennom tidligere prosjekter har Forbrukerrådet vist at tjenestetilbydernes/digitale plattformers bruk av manipulativt design utfordrer personvernet og personvernregler. Blant annet bruker digitale tjenester manipulativt design for å få den enkelte bruker til å dele personopplysninger med tjenesten ved å omgå regler for gyldig samtykke. I andre tilfeller er manipulativt design et ledd i å omgå kravet til cookie- samtykke.

I rapporten 'You Can Log Out, But You Can Never Leave' (vedlagt) viser vi at Amazon benytter manipulativt design i oppsigelsesprosedyren for Amazon Prime. Bruken av manipulativt design i en oppsigelsesprosedyre medfører at en forbruker som skal si opp abonnementet på Amazon Prime, dultes eller skyves (såkalt 'nudging') mot en beslutning til å fortsette å abonnere. Det har en negativ økonomisk konsekvens og forbrukeren tar en beslutning han/hun eller ikke ville tatt om det ikke hadde vært for det manipulative designet, som inkluderer designgrep, vektet ordbruk og manipulativ klikkflyt.



Kort om oppsigelsesprosedyren for Amazon Prime

Rapporten viser hvordan du kan si opp ditt medlemskap i Amazon Prime fra en iPhone. Brukergrensesnittet er ulikt alt etter hvilken plattform som benyttes, og oppsigelsesprosedyren kan derfor være utformet noe forskjellig.

Fellesnevneren, uavhengig av plattform og brukergrensesnitt, er utstrakt bruk av manipulativt design, noe vi mener det er god grunn til å stille spørsmål ved om er tråd med forbrukervernregler.

For å avslutte ditt medlemskap/abonnement på Amazon Prime, må du først logge inn på egen Amazon konto og deretter velge venstremenyen og åpne 'Your Account', og så velge 'Prime membership'. Deretter må du klikke eller rulle gjennom seks sider og underveis foreta de riktige valgene, før du får den endelige bekreftelsen på at abonnementet er avsluttet med teksten «Cancellation confirmed». Vi viser til vedlagte rapport der oppsigelsesprosedyren utført på en iPhone beskrives i punkt 3.

Urimelig handelspraksis

Markedsføringsloven setter rammer for hvilken markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår den næringsdrivende kan tillates i ulike markeder. Loven gjennomfører blant annet direktivet om urimelig handelspraksis (UCPD), og direktivet er derfor en viktig tolkingsfaktor. Direktivets generalklausul i artikkel 5 er gjennomført i markedsføringsloven § 6 som slår fast at en urimelig handelspraksis er forbudt. Hva som utgjør en urimelig handelspraksis konkretiseres i andre ledd som sier at en handelspraksis er urimelig dersom den strider mot «god forretningsskikk» overfor forbrukere og er egnet til å vesentlig endre en forbrukers økonomiske atferd, slik at forbrukerne treffer beslutninger de ellers ikke ville ha truffet.

En handelspraksis er alltid urimelig dersom den er villedende og i strid med §§ 7 eller 8, jf. § 6 tredje ledd. Markedsføringsloven § 8 gjennomfører direktivets artikkel 7, og er særlig aktuell i denne saken.

Etter markedsføringsloven § 8 en handelspraksis villedende dersom den, i sin konkrete sammenheng og etter en helhetsvurdering, utelater eller skjuler vesentlige opplysninger som forbrukerne ut fra sammenhengen trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning.



Bestemmelsens første ledd lyder:

«En handelspraksis er villedende dersom den, i sin konkrete sammenheng og etter en helhetsvurdering, utelater eller skjuler vesentlige opplysninger som forbrukerne ut fra sammenhengen trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning eller presenterer opplysningene på en uklar, uforståelig, tvetydig eller uhensiktsmessig måte. Ved vurderingen av om opplysninger er utelatt, skal tas i betraktning plass- eller tidsmessige begrensninger ved mediet som brukes til å formidle handelspraksisen, og eventuelle tiltak fra den næringsdrivende for å gjøre opplysningene tilgjengelige for forbrukerne på annen måte.»

Etter andre ledd stilles det et krav om påvirkning, likevel slik at det ikke stilles krav om at forbrukeren faktisk tar en slik beslutning, jf. forarbeid. I oppsigelsesprosedyren benyttes det virkemidler i form av tekst, farger og design for å forvirre og hindre forbruker i å avslutte tjenesten. Forbruker dultes eller skyves på hver enkelte side i prosessen til å fortsette abonnementet, og om det skjer, har det klare økonomiske konsekvenser.

Det skal foretas en helhetsvurdering for å fastslå om en utelatelse eller uklar presentasjon av opplysninger er villedende. Hvilke opplysninger som er «vesentlige» må sees i lys av hvilken tjeneste det er tale om, og i denne saken er det tale om avslutningsprosedyren for abonnement på en digital tjeneste. Ved inngåelse av en avtale, vil pris normalt anses som en vesentlig opplysning. I denne saken er vi i andre enden av livsløpet for en avtale. Pris anses normalt som et vesentlig avtalevilkår å få før inngåelse av en avtale, og ved avslutning av en avtale vil det tilsvarende være avgjørende å få klar og utvetydig informasjon om hvordan avtalen kan avsluttes. Det må derfor stilles krav til at det enkelte trinn eller bilde i avslutningsprosedyren har klar informasjon og fører forbruker et steg nærmere avslutning av tjenesten.

Oppsigelsesprosedyren er lang og består av i alt seks sider. På den enkelte siden dultes eller skyves du til å fortsette abonnementet på Prime, selv om du har startet på en prosedyre for å avslutte avtalen. Denne 'dultingen' til å fortsette abonnementet skjer ved tekst om at dine 'Prime-fordeler' vil bli påvirket av en oppsigelse, og visuelt skjer det gjennom gule varseltrekanter med et utropstegn inni. Det er et kraftig signal, og etterlater usikkerhet hos en forbruker som er i ferd med å si opp Prime med. Usikkerheten forsterkes ved at du må rulle



nedover siden, hvor det er gitt god plass tekstlig og visuelt til å vise hvilke Prime-fordeler du mister og først helt nederst på siden er det første klikkbare ikonet som møter deg iøynefallende blått med teksten «Use your benefits today». De tre neste ikonene er i gult og har henholdsvis teksten «Keep My Benefits», «Cancel My Benefits» og «Remind Me Later». For å komme videre mot å avslutte, må du her velge «Cancel My Benefits».

Det utelates dermed tydelig tekst som fører forbruker videre mot å avslutte abonnementet, og det skapes forvirring om du reelt sett er i en avslutningsprosedyre. Som nevnt over må du først logge deg inn på egen Amazon-konto, og deretter velge 'Your Account' i venstremenyen. Deretter må du rulle/scroller nedover til du kommer til overskriften 'Account settings', og under denne finner du 'Prime membership'. Ved valg av 'Prime membership', åpnes en ny side, uten at det der er visuelt eller tekstlig utvetydig for en forbruker som vil avslutte sitt abonnement, hvilken knapp/ikon som må velges, se beskrivelsen over. På et senere steg i oppsigelsesprosedyren, og etter at du har valgt 'End membership'-knappen, kommer det opp gule varselrekanter med utropstegn som gjentar at dine 'Prime-fordeler' vil bli påvirket av en oppsigelse. Dersom du klikker teksten for å se hvilke fordeler du mister, avsluttes oppsigelsesprosedyren. Løpet av oppsigelsesprosedyren møtes du med varselrekanter i alt fire ganger og i alt seks ganger får du advarsler om at Prime-fordeler vil gå tapt.

I en vurdering av om opplysninger er utelatt etter § 8, skal det tas hensyn til om det er plass- eller tidsmessige begrensninger for mediet handelspraksisen formidles gjennom, og eventuelle tiltak fra den næringsdrivende for å gjøre opplysningene tilgjengelig for forbrukerne på annen måte, jf. markedsføringsloven § 8 fjerde ledd jf. første ledd andre punktum. I denne saken eier tjenesteyter formatet, og har full kontroll over hvordan opplysninger og prosedyre presenteres overfor forbruker, og det er ikke aktuelt å ta et slikt hensyn selv om det er benyttet mobiltelefon.

Det er en flytende overgang mellom bestemmelsene i loven som setter grenser for urimelig handelspraksis, ved å være uriktig, utilstrekkelig veiledende eller aggressiv. Flere bestemmelser kan således anvendes på samme forhold.



Markedsføringsloven § 9 om aggressiv handelspraksis, og som gjennomfører artikkel 8 og 9 i direktivet, kan derfor trekkes frem. Etter § 9 første ledd er en handelspraksis aggressiv

«dersom den, i sin konkrete sammenheng og etter en helhetsvurdering, ved trakassering, tvang, herunder bruk av fysisk makt, eller utilbørlig påvirkning er egnet til vesentlig å begrense forbrukernes valgmuligheter eller atferd i forbindelse med en ytelse. Med utilbørlig påvirkning menes utnyttning av en maktposisjon i forhold til forbrukere for å utøve press, også når det ikke trues med eller brukes fysisk makt, på en måte som vesentlig reduserer forbrukernes evne til å treffe en informert beslutning»

Andre ledd i § 9 lister opp momenter som inngår i en vurdering av om handelspraksisen er aggressiv, og her er det særlig aktuelt å peke på bokstav d) som tilsier at det i vurderingen av om en handelspraksis er aggressiv skal tas hensyn til

«belastende eller uforholdsmessige hindringer som ikke følger av avtalen, som den næringsdrivende pålegger når forbrukerne ønsker å utøve rettigheter i henhold til avtalen, herunder rett til å heve en avtale eller bytte til en annen ytelse eller en annen næringsdrivende,»

Amazon er den profesjonelle parten i avtaleforholdet og som dermed legger alle premisser for utforming av oppsigelsesprosedyren. Etter vårt syn er den utformet på en slik måte at den utgjør 'belastende og uforholdsmessige hindringer' overfor en forbruker som vil avslutte sitt medlemskap.

Anmodning om behandling av saken

I rapporten, 'You Can Log Out, But You Can Never Leave', har Forbrukerrådet synliggjort at oppsigelsesprosedyren for Prime er komplisert, svært lang og har gjennomgående og utstrakt bruk av manipulativt design. Vi ber Forbrukertilsynet vurdere om oppsigelsesprosedyren for Amazon Prime utgjør en urimelig handelspraksis etter markedsføringsloven § 6 jf. § 8 og § 9.

Vi imøteser Forbrukertilsynets behandling av saken og kan gjerne kontaktes om det er behov for ytterligere informasjon.



Vennlig hilsen
Forbrukerrådet

Finn Lützow-Holm Myrstad
Fagdirektør digitale tjenester