

MyTrip

Oslo, 1. desember 2022

claes.tellman@etraveli.com

marcopolo@marcopolo.no

cc: post@forbrukertilsynet.no

Angående manipulerende design på deres nettsider

Til den det måtte gjelde,

Forbrukerrådet er en uavhengig interesseorganisasjon som hjelper forbrukere og påvirker styresmakter og næringsliv i en forbrukervennlig retning.

Forbrukerrådet har i flere år undersøkt og dokumentert bruk av manipulerende design, som blant annet brukes til å lure forbrukere til å bruke mer tid og penger enn planlagt eller dele flere personopplysninger enn det som er i forbrukerens interesse. Designet utnytter følelser og menneskelige kognitive bias, for eksempel ved at mennesker tillegger høyere verdi til produkter og tjenester som andre ser ut til å tillegge verdi, eller som det er lite igjen av.

Forbrukerrådet har i løpet av den siste tiden undersøkt nettsider og apper som retter seg mot norske forbrukere, og som benytter manipulerende design. Undersøkelsene har i all hovedsak vært basert på tips og innspill fra forbrukere.

Dere finner både funnene fra undersøkelsen og vedlegget her:

<https://www.forbrukerradet.no/siste-nytt/bruker-design-til-a-lure-oss-for-tid-penger-og-personopplysninger>

MyTrip er et av selskapene Forbrukerrådet mener benytter manipulerende design i forbindelse med kjøp av reise. Der blir forbruker for eksempel utsatt for

- beskjeder om at forbruker må kjøpe seg, fordi det kun er fire seter igjen til den oppgitte prisen. Når forbrukeren blir stresset er det lettere



å gjøre feil i bestillingsprosessen og forbrukeren tar mindre veloverveide valg for å komme raskere gjennom prosessen. Under stress blir forbrukeren mer sårbar for andre manipulerende design underveis i prosessen. Det er ofte umulig for forbruker å vite om antallet er reelt eller ikke. Designet kan lure forbruker til å bruke mer penger enn ønsket, eller skynde seg å kjøpe produkter forbruker egentlig ikke hadde behov for.

12:35 +1
OSL Oslo Airport Gardermoen
Oslo

Bagasje inkluderer: 2
× 32kg

Skynd deg! Bare 4 seter til denne prisen!

9 502 NOK
Pris per voksen ⓘ

Bestill

- **skam og ubalanserte valg**, dersom forbruker takker nei til å bestille ekstra bagasje eller andre tilbud. Designet utnytter at mennesker lar seg påvirke av hvordan et valg er presentert, og spiller på at forbrukeren kan være usikker eller bekymret for reisen. For eksempel:

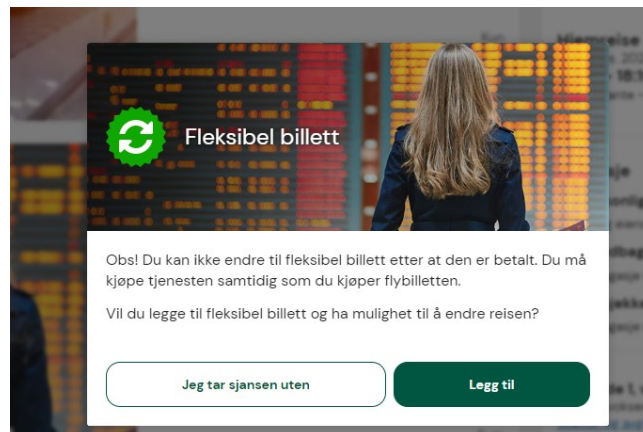
Oppgrader billetten din

Spar 15 % med tilbudet, sammenlignet med kjøp av et enkelt produkt.

	Anbefales	
	FLEX ⓘ	FLEX+ ⓘ
✓ Fleksibel billett	✓	✓
✓ Forsinkelsekompensasjon AirHelp plus	✓	✓
✓ Avbestillingsgaranti	×	✓
Velg*	563 NOK 479 NOK pris/person <input type="radio"/> FLEX	1 226 NOK 1 042 NOK pris/person <input type="radio"/> FLEX+

Jeg tar sjansen uten

Fortsett



- **lurespørsmål** i forbindelse med samtykke til å motta nyhetsbrev. Lurespørsmål utnytter forbrukers vaner eller usikkerhet. Dersom spørsmålet er forvirrende nok, kan det også utnytte forbrukers naturlige tendens til å anta at det forhåndsvalgte alternativet er riktig. Lurespørsmålet innebærer også i praksis et forhåndsvalgt nyhetsbrev:

Kontaktinformasjon for alle passasjerer ⓘ

E-postadresse *

Mobilnummer *

Jeg ønsker ikke å motta nyhetsbrev om billige flyreiser eller andre tilbud

Forbrukerrådet ber dere gjennomgå de eksemplene som er nevnt ovenfor, og eventuelt andre kontaktflater dere har med forbrukere, for å sikre at dere ikke benytter manipulerende design. Dere finner råd om hvordan dette kan gjøres i bransjeveilederne som er nevnt i rapporten.

Som en del av Forbrukerrådets kartlegging av manipulerende design, har YouGov gjennomført en undersøkelse blant norske forbrukere om deres opplevelser av manipulerende design. Undersøkelsen viser blant annet at forbrukere reagerer svært negativt på denne typen design, og at mange mister tillit til virksomhetene som bruker dette. I tillegg oppgir flere forbrukere at de har hatt lyst til, eller valgt å slutte å bruke nettsider eller apper der de legger merke til manipulerende design.



Forbrukerrådet ønsker med dette brevet å gjøre MyTrip oppmerksom på at mange av de typene manipulerende design som er kartlagt i rapporten er, etter Forbrukerrådets syn, i strid med flere lover. Aktuelle lovbestemmelser er listet opp i rapporten og i rapportens vedlegg.

Forbrukertilsynet, som håndhever blant annet markedsføringsloven, er satt i kopi på dette brevet.

Vi ser fram til å høre fra dere.

Vennlig hilsen
Forbrukerrådet

Finn Lützow-Holm Myrstad
Fagdirektør
Finn.myrstad@forbrukerradet.no