

TV 2/Reklame
Baunegårdsvej 73
2900 Hellerup

RADIO- OG TV-NÆVNET

København den 22. december 2004

Klage over tv-reklame for Debitel "1 øre" sendt på TV 2

Michael Jørgensen har ved mail af 3. november 2004 klaget over en tv-reklame for "Debitel 1-øre" sendt på TV 2. Klager finder reklamen vildledende, idet den giver forbrugeren indtryk af, at der for et oprettelsesgebyr på 199 kr. kan ringes for 1 øre i minuttet og sendes sms'er for 1 øre pr. stk. Klager er imidlertid efterfølgende blevet opmærksom på, at prisen på 1 øre kun gælder opkald til fastnet, men at opkald til mobiltelefoner koster 99 øre i minuttet. Klager afviser ikke, at tv-reklamen oplyser om denne begrænsning, men at oplysningen i så fald er så utydelig, at seeren ikke når at registrere den.

TV 2/Reklame har med sit høringssvar tilsendt Nævnet en dvd med tv-reklamen for Debitel samt vedlagt en udskrift af reklamens speak og tekst. Radio- og tv-nævnet henviser til dette bilag, da det giver en fyldestgørende beskrivelse af reklamen.

Høring

TV 2/Reklame har i høringssvar af 30. november 2004 oplyst følgende:

"I reklamen, som indledes med en præsentation af to mobiltelefoner, oplyses det, at telefonerne sælges med "indbygget Debitel 1 øre, hvor du sender SMS og ringer til kun 1 øre". Umiddelbart herefter kommer der en linie frem på skærmen, hvorpå der står "Mobil til fastnet 1 øre".

Ifølge klagers oplysninger koster opringninger fra en mobiltelefon til en anden mobiltelefon imidlertid 99 øre i minuttet. Denne oplysning indgår ikke i TV-reklamen.

TV 2 Reklame har ved godkendelsen af reklamen lagt til grund, at de oplysninger, der indgår i spottet, er korrekte. Når det af reklamen fremgår, at "du sender SMS og ringer til kun 1 øre", har vi derfor antaget, at dette gjaldt op-

Mediesekretariatet

Vognmagergade 10, 1.
1120 København K

Telefon 3318 6868
Telefax 3318 6869

rtv@mediesekretariatet.dk
www.mediesekretariatet.dk
CVR nr. 11 88 46 52
Bank: Jyske Bank
Reg.nr. 8109
Konto nr. 1002 295

J.nr.:

ringninger til både fastnet og mobiltelefon. Fremhævelsen af fastnetprisen har vi opfattet som en understregning af, at prisen ikke kun gælder mobilsamtaler, da der typisk er forskel på taksten på fastnet- og mobilopkald.

Da det som nævnt ikke fremgår af reklamen, at opkald til andre mobiltelefoner koster 99 øre, og da vi ikke er blevet gjort opmærksomme herpå ved modtagelsen af reklamen, har vi ikke haft mulighed for at forholde os til denne oplysning.

Der vedlægges en udtalelse fra annoncøren med bilag, samt en CD-rom med en kopi af reklamen.”

Debitel Danmark A/S oplyser i brev af 25. november 2004 følgende:

” Debitel Danmark A/S skal herved vende tilbage vedr. ovenstående. Selskabet anvendte i perioden, forud for Radio- og TV-Reklamenævnet, to forskellige reklameindslag som roterede med 50-50 interval. Udskrift af de to indslag er vedlagt. Ved efterfølgende evaluering af disse kan debitel konstatere, at der på det ene indslag ikke er informeret tilstrækkeligt omkring vilkårene for det markedsførte produkt, hvilket selvfølgelig er en fejl. Det skal bemærkes, at reklameindslaget nu er fjernet.

At overholde loven er vigtigt for debitel Danmark A/S og sikring heraf udgør også en væsentlig del i udviklingen af vores reklameindslag. Det er derfor beklageligt, at selskabet ikke har informeret tilstrækkeligt i den pågældende reklame. Det skal dog tilføjes, at kunden forud for oprettelse af et abonnement får udleveret debitel Danmark A/S's prisliste i overensstemmelse med telelovgivningen, hvoraf de konkrete vilkår for produktet fremgår.

For så vidt angår font og tidsrummet, hvorved de enkelte billeder vises, følger disse de forskrifter som dels lovgivningen samt TV 2 Reklame kræver.

I tillæg hertil vedlægges udskrift af reklamens speak og tekst.”

Forbrugerombudsmanden har i brev af 9. december 2004 følgende kommentarer:

”... I reklamen oplyses det, at telefonerne sælges med *”indbygget debitel- 1 øre, hvor du sender SMS og ringer til kun 1 øre”*. Herefter kommer der en linie frem på skærmen, hvorpå der står *”Mobil til fastnet 1 øre”*.

Ifølge klageres oplysninger koster opringninger fra en mobiltelefon til en anden mobiltelefon imidlertid 99 øre i minuttet. Denne oplysning fremgår ikke af reklamen.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at reklamen ikke giver modtageren det indtryk, at den reklamerede pris kun gælder, hvis man ringer fra mobil til fastnet. Dette er en væsentlig oplysning for forbrugerens bedømmelse af reklamen, hvorfor dette bør fremgå klart af reklamen.

Endvidere fremgår det af reklamen, at de markedsførte mobiltelefoner kan købes *"for kun 1 krone"*, og ved reklamens afslutning fremgår det ganske kortvarigt og med meget lille tekst *"Ved oprettelse af debitel 1 øre (199 kr. pr. md. Bindende 6 mdr.). Telefonen er SIM-locked. Der tages forbehold for trykfejl og udsolgte varer."*

Oplysningerne ved reklamens afslutning er efter Forbrugerombudsmandens opfattelse af afgørende betydning for forbrugerens bedømmelse af tilbuddet, idet det er en betingelse for at kunne købe de pågældende mobiltelefoner til 1 krone og for at kunne sende en SMS og ringe for 1 øre, at der samtidig oprettes et bindende abonnement i 6 mdr. til en pris på 199 kr. pr. måned, hvilket betyder, at den samlede mindste udgift i bindingsperioden udgør (6x199+1) i alt 1.195 kr. Disse oplysninger bør efter Forbrugerombudsmandens opfattelse fremgå klart af reklamen med samme tydelighed som *"hovedbudskabet"*.

Samlet set finder Forbrugerombudsmanden derfor, at reklamen er vildledende og klart i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1.

Det bemærkes, at al markedsføring bedømmes med udgangspunkt i det helhedsindtryk, den umiddelbart giver forbrugerne. Såvel ordvalget, annoncens opsætning og valg af medie skaber helhedsindtrykket. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse må der ved brug af tv-reklamer tages hensyn til mediets særlige karakter, herunder seernes begrænsede mulighed for at gøre sig bekendt med detaljer i reklamebudskabet.

Radio- og tv-mediets gennemslagskraft og den yderst begrænsede mulighed for modtageren til at studere reklamebudskabet endnu en gang medfører, at der bør stilles samme krav om tydelighed på et flygtigt medie som ved anden form for markedsføring. Vilkår der er væsentlige for forbrugernes vurdering af markedsføringen skal således være i balance med hovedbudskabet.

I det omfang en annoncør gør gældende, at det ikke er muligt at oplyse tydeligt om alle prisforhold og vilkår m.v. i en tv-reklame, er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at man må afstå fra at komme med prisoplysninger."

Nævnets vurdering

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed jf. lovbekendtgørelse nr. 506 af 10. juni 2004 behandlet sagen på sit møde den 15. december 2004 og skal **udtale**:

Debitel har oplyst, at reklameindslaget blev sendt i to forskellige versioner som roterede med 50-50 interval, og at det ved en efterfølgende evaluering kunne konstateres, at der på det ene indslag ikke blev informeret tilstrækkeligt omkring vilkårene for produktet, hvorefter reklameindslaget nu er fjernet. Debitel præciserer imidlertid ikke, hvilken af de to reklamer, som er blevet fjernet.

Radio- og tv-nævnet har udelukkende taget stilling til det reklameindslag, som TV 2/Reklame har udtalt sig om, og som er indeholdt på den dvd Nævnet har modtaget.

I henhold til § 8, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 194 af 20. marts 2003 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn skal reklamer være i overensstemmelse med markedsføringsloven og i øvrigt respektere alment accepterede reklameetiske normsæt.

Markedsføringslovens § 2, stk. 1, foreskriver, at der ikke må anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser.

I reklamen oplyses det med speak, at man for 1 krone kan købe en Sony Ericsson T630 eller en Nokia 6610i – begge med farvedisplay, digitalkamera og "indbygget" debitel-1 øre, hvor der kan sendes SMS og ringes for kun 1 øre. Speaken suppleres med teksten, Minutpris 1 øre og SMS 1 øre, samtidig med at der hopper kugler påtrykt 1 øre ind over skærmen. Efterfølgende vises teksten: "Mobil til fastnet – 1 øre."

Ifølge debitels hjemmeside gælder prisen på 1 øre, kun for opkald til fastnet, hvorimod opkald til andre mobiltelefoner koster 99 øre i minuttet. Prisen på 99 øre i minuttet for opkald til mobiltelefoner fremgår ikke af reklamen.

TV 2/Reklame oplyser, at det ved godkendelsen af reklamen blev lagt til grund, at de oplysninger, der indgår i spottet, er korrekte. Stationen oplyser endvidere, at når det af reklamen fremgår, at "du sender SMS og ringer til 1 øre", er blevet antaget, at dette gjaldt opringninger til både fastnet og mobiltelefon. Fremhævelsen af fastnetprisen blev opfattet som en understregning

af, at prisen ikke kun gælder mobil samtaler, da der typisk er forskel på taksten på fastnet- og mobilopkald.

Radio- og tv-nævnet er af den opfattelse, at oplysningen er en væsentlig forudsætning for køberen, hvorfor reklamens udeladelse heraf urigtigt giver seeren indtryk af, at der kan ringes til både fastnet og mobiltelefoner for 1 øre.

Reklamen oplyser endvidere, at telefonerne kan købes "for kun 1 krone", men ved reklamens afslutning fremgår det ganske kortvarigt og med meget lille tekst "*ved oprettelse af debitel 1 øre (199 kr. pr. md., bindende i 6 mdr.), telefonen er SIM-locked. Der tages forbehold for trykfejl og udsolgte varer."

Betingelsen for at kunne købe de pågældende mobiltelefoner for 1 krone er således, at der samtidig oprettes et bindende abonnement i 6 mdr. til en pris på 199 kr. pr. måned. Som oplyst i udtalelsen fra Forbrugerombudsmanden udgør den samlede mindste udgift i bindingsperioden ($6 \times 199 + 1$) i alt 1.195 kr. Det er Radio- og tv-nævnets opfattelse, at denne oplysning er af afgørende betydning for reklamens påvirkning på seeren. Seeren skal på ganske kort tid nå at gøre sig bekendt med de pågældende begrænsninger, som står med væsentlig mindre bogstaver end reklamens øvrige prisoplysninger og budskaber. Når det klart med lyd og billede tilkendegives, at der kan købes en mobil til 1 krone, bør reklamen i tydeligere omfang end tilfældet er oplyse om de gældende vilkår. Der skal således være en balance mellem hovedbudskabet og vilkårene, hvilket er særligt vigtigt, når der er tale om væsentlige begrænsninger i vilkårene. Det, at telebranchen er præget af uigennemskuelige priser og vanskeligt forståelige abonnementsvilkår, taler ydermere for en tydeliggørelse af begrænsningerne i et så stærkt medie som tv. Radio- og tv-nævnet finder derfor, at reklamen er urimeligt mangelfuld og vildledende og egnet til at påvirke efterspørgslen af debitels tilbud. Det er i den forbindelse uden betydning, at forbrugeren eventuelt bliver bragt ud af sin vildfarelse inden aftaleindgåelsen fx gennemlæsning af abonnementsvilkårene.

På baggrund af ovenstående træffer Radio- og tv-nævnet følgende

AFGØRELSE:

Tv-reklamen for "Debitel 1-øre" er i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, jf. reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 2. Reklamen må således ikke vises medmindre, der skabes en balance mellem hovedbudskabet og begrænsningerne hertil, således at reklamen ikke er egnet til at vildlede. Nævnet skal indskærpe over for TV2/Reklame, at TV 2 har ansvaret for, at oplysninger i de

udsendte reklamer er korrekte. TV 2 må påregne en skærpet holdning fra Nævnets side ved fremtidige overtrædelser af lignende art.

Christian Scherfig
Nævnensformand

/Christina Sigvardt
Nævnenssekretær