

TV 2 Reklame A/S  
Baunegårdsvej 73  
2900 Hellerup  
Att.: Reklamejura

København den 24. februar 2005

### **Klage over tv-reklame for Telmore- "ubegrænset" sendt på TV 2**

Frank Visler har ved mail af 8. november 2004 klaget over, at der i en tv-reklame for Telmore vist på TV 2 reklameres med, at der kan sendes et ubegrænset antal sms'er for 99 kr. pr. måned. Klager oplyser, at Telmore's normalpris for en sms er 0,20 kr., hvilket betyder, at der skal sendes mindst 497 sms'er pr. måned, for at tilbuddet kan betale sig. Reklamen giver imidlertid efter klagers opfattelse flere indikationer på, at tilbuddet skulle være en fordel ved et forbrug på 300-400 sms'er pr. måned. På baggrund heraf finder klager reklamen vildledende og uetisk.

Reklamen indledes med, at en ung pige forklarer, at man hos Telmore kan sms'e alt det man vil for 99 kr. om måneden. Efterfølgende vises klip med unge mennesker, der udtaler sig om deres månedlige forbrug af sms-beskeder.

Reklamens speak og tekst er som følger:

Skilt/tekst: Ubegrænset SMS fra TELMORE!

Speak: - Ubegrænset SMS er, at man for 99 kroner om måneden kan sms'e alt det, man vil

Speak: - Jeg tror, jeg sender en....omkring en 200 sms'er

Speak: - Tre til firehundrede sms'er

Speak: - Jeg er ret dårlig til at svare på sms'er , men jeg ved ikke... jeg I..ff.. en..ti om dagen

### **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

Speak: - Imellem 1200 og 2000

Speak: - Ubegrænset SMS –det koster 99 kroner

Speak: - Og så kan man jo bare al...sende alle dem, man har lyst til

Speak: - Det, at det er billigt betyder for mig, at jeg kan bruge mine penge på noget andet

Speak: - Det kunne godt være, at jeg skulle overveje det

Voice: Ja, enkelt og billigt. Tilmeld dig på telmore.dk

Skilt/tekst: TELMORE. UBEGRÆNSET SMS. 99/MD.

Skilt/tekst: TELMORE. KLAR TALE

## **Høring**

TV 2 Reklame har i høringssvar af 10. januar 2005 oplyst følgende:

” ....Vi har opfattet reklamen således, at budskabet er, at det ikke har nogen betydning, hvor mange SMS man sender – prisen er den samme. Det er ikke vores opfattelse, at man med de forskellige udsagn garanterer nogen form for økonomisk fordel ved tilbuddet for alle brugere.

Udsagnene illustrerer blot, at SMS-forbruget varierer fra person til person, Det er så op til de enkelte brugere at vurdere, hvorvidt tilbuddet er fordelagtigt for dem – enten fordi de sender så stort et antal SMS, at der er en direkte økonomisk besparelse at hente, eller fordi de kan se en fordel i på forhånd at kende størrelsen af deres mobiltelefonregning, eller i hvert fald SMS-delen af den.

Det er på denne baggrund TV 2 Reklames opfattelse, at reklamen ikke er i strid god markedsføringskik eller Markedsføringslovens § 2, stk. 1, om vildledning....”

Telmore har følgende kommentarer:

” Telmore har produceret spottet Ubegrænset SMS med fokus på målgruppen 15-29 år. Formålet har været at informere om produktet Ubegrænset

SMS – blandt andet ved at spørge kunder i målgruppen, hvor mange SMS-beskeder de hver især afsender på en måned.

Reklamens overordnede budskab er, at man kan sende lige så mange SMS-beskeder, man vil for bare 99 kr. om måneden hos TELMORE.

Det er vores bedste overbevisning, at vi på intet tidspunkt vejleder udi, hvilken type forbrug der er påkrævet for, at tilbuddet er en fordel.

Tværtimod understreges det flere gange i reklamen, at her er tale om Ube-grænset SMS (alle dem, man vil, alle dem, du har lyst til) – man kan således øge sit forbrug uden begrænsninger.

Dertil kommer, at spottet afsluttes med en kunde, der udtaler: "- Det kunne godt være, at jeg skulle overveje det." Et oplæg til, at kunden vurderer, om servicen er attraktiv alt efter størrelse af forbrug.

TELMORE er således ikke af den opfattelse, at reklamen strider mod lovgivning eller etik i markedsføring."

Forbrugerombudsmanden har følgende kommentarer til reklamen:

"...Vi kan indledningsvis oplyse, at Forbrugerombudsmanden ikke har modtaget klager over den pågældende reklame.

I den omhandlede tv-reklame, som Forbrugerombudsmanden har haft lejlighed til at se, præsenteres et af Telmores produkter – ubegrænset SMS for 99 kr. i praksis kun er fordelagtigt, hvis man afsender mere end 497 SMS'er pr. måned, idet en enkelt SMS koster 0,20 kr. Klager er imidlertid af den opfattelse, at reklamen indikerer, at tilbuddet er fordelagtigt allerede ved afsendelse af et lavere antal SMS'er, f.eks. 3-400 pr. måned.

Forbrugerombudsmanden skal bemærke følgende:

Reklamen indeholder ikke konkrete oplysninger om, hvor stort et forbrug, man skal have, før tilbuddet er fordelagtigt. Imidlertid oplyser flere personer i reklamen, at de sender et mindre antal SMS'er end de 497 SMS'er, der skal afsendes, før tilbuddet er fordelagtigt. Kun en enkelt af de personer, der optræder i reklamen, oplyser at han sender flere (1.200-2.000) SMS'er).

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at reklamen på denne baggrund er egnet til at give seeren det indtryk, at tilbuddet om ubegrænsede SMS'er er fordelagtigt ved et langt lavere antal afsendte SMS'er, end det rent faktisk er tilfældet.

Samtidig bemærkes det, at prisen for en enkelt SMS – 0,20 kr. – er en oplysning, der har væsentlig betydning for seerens vurdering af tilbuddets fordelagtighed. Denne oplysning ses ikke at fremgå af reklamen.

På baggrund af ovenstående er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at reklamen er vildledende og dermed i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1.

....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 bør 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 23. februar 2005 og skal **udtale**:

Klager gør gældende, at tv-reklamen for Telmore giver seeren indtryk af, at det kan svare sig at betale 99 kr. om måneden for ubegrænset sms, hvis man sender 300-400 sms'er pr. måned, hvilket imidlertid ikke er korrekt, da Telmore's normalpris for en sms er 0,20 kr. Klager har regnet ud, at tilbuddet først kan betale sig ved et forbrug på over 497 sms'er om måneden (over 495 efter sekretariatets beregning).

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.

Ifølge EF-Domstolen sag C-210/96 skal vildledningsvurderingen foretages ud fra den formodede forventning hos en "almindelig oplyst, rimelig opmærksom og velunderrettet gennemsnitsforbruger". Dette er et objektive forbrugerbegreb.

Reklamen indeholder ikke oplysninger om, hvor stort forbruget af sms skal være for, at tilbuddet er fordelagtigt eller oplysninger om, at normalprisen for en sms er 0,20 kr. Imidlertid udtaler fire unge mennesker sig om deres månedlige sms-forbrug, hvoraf tre af dem sender under 495 sms'er pr. måned, hvorefter tilbuddet umiddelbart ikke vil kunne betale sig for dem. Én sender dog imellem 1200 og 2000 sms'er, og vil dermed med fordel kunne benytte tilbuddet.

Det faktum, at tre ud af fire adspurgte har et forbrug, der ligger langt under 495 sms'er om måneden, kan efter Nævnets opfattelse give seeren indtryk af, at tilbuddet er fordelagtigt ved et langt lavere antal afsendte sms'er end det faktiske er tilfældet.

Udsagnet: " Det kunne godt være, at jeg skulle overveje det" taler dog i modsat retning, idet det indirekte opfordrer seeren til at vurdere, om tilbuddet er fordelagtigt i forhold til seerens individuelle forbrug. De upræcise oplysninger fra de unge mennesker i reklamen om forbruget af sms'er illustrerer usikkerheden om, hvor mange sms'er de sender om måneden, og at sms-forbruget hos en bestemt person kan varierer fra måned til måned, hvorfor der kan være en vis tryghed i på forhånd at kende størrelsen på sin mobiltelefonregning, uanset om sms-forbruget i nogle måneder ligger under 495 sms'er.

Forbrugerombudsmanden er af den opfattelse, at prisen for en enkelt sms er en oplysning, der har væsentlig betydning for seerens vurdering af tilbuddets fordelagtighed, hvorfor oplysningen bør fremgå af reklamen. Hvis ikke det er muligt at oplyse om alle prisforhold og vilkår m.v. i en tv-reklame, er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at man bør afstå fra at komme med prisoplysninger.

Det er Nævnets opfattelse, at reklamen efterlader seeren indtrykket af, at tilbuddet om ubegrænset sms ville kunne betale sig for de personer, der optrådte i reklamen, og som havde et anseeligt sms-forbrug. Endvidere ville det have været enkelt for Telmore at oplyse normalprisen på 0,20 kr. for en sms i reklamen, da denne prisoplysning er væsentlig for, at seeren kan vurdere om tilbuddet er attraktivt for netop dem.

Nævnet finder ud fra en samlet vurdering, at tv-reklamen for Telmore er egnet til at vildlede seeren.

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

AFGØRELSE:

Tv-reklamen for Telmore er i strid med markedsføringslovens § 2, stk. 1, jf. reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 2.

Christian Scherfig  
Formand

/Christina Sigvardt  
Nævnsssekretær