

TV 2|Reklame
Baunegårdsvej 73
2900 Hellerup

København den 2. juni 2006

Klage over tv-reklame for Cybercity udsendt på TV 2/Danmark A/S

Jan Lauridtsen har den 8. marts 2006 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Cybercity udsendt på TV 2/Danmark A/S.

Jan Lauridtsen klager over, at Cybercity reklamerer med fri fastnettelefoni og frit ubegrænset bredbånd for kun 268 kr. om måneden uden at oplyse, at fastnettelefoni kun dækker over telefoni mellem fastnettelefoner, mens telefoni fra fastnet til mobiltelefon ikke er omfattet af tilbudet. Ifølge klageren kan ordet fastnettelefoni betyde alle opkald foretaget af en fastnettelefon, og han finder derfor, at reklamen er vildledende og i strid med markedsføringsloven.

Beskrivelse

TV 2|Reklame har tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med tv-reklamen "Mødelokale" fra Cybercity.

Reklamefilmen varer 45 sekunder.

Ved reklamefilmens begyndelse sidder fire medarbejdere omkring et mødebord. Chefen står for bordenden.

Chefen siger: " Nu skal I høre, her er det så vores nyeste våben. Vi tilbyder nu ubegrænset bredbånd og ubegrænset telefoni. "

Der zoomes ind på en router med cybercity's logo på. Chefen sætter et stik i routeren fra en telefon, der står på bordet og sætter derpå et stik i sin computer.

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

En medarbejder siger: *"Ikke for noget men det lyder altså virkelig dyrt"*.

Chefen siger en vrængende lyd, som angiver, at svaret er forkert. Han vender et skilt, hvorpå der står: **268,-**

Medarbejderen siger derpå: *"Det lyder altså virkelig billigt"*.

Chefen siger: "Bingo".

Medarbejderen sidder med en kuglepen og blok og siger: *"jamen så, det noterer jeg mig lige her. Virkelig billigt"*.

Der vises herefter en computerskærm med skiltet: "Fri telefoni og bredbånd kun 268,- pr. måned. Bestil på 3398 3355 eller www.cybercity.dk"

Nederst på skærmen i bunden står med mindre skriftsstørrelse:

*"Totalprisen for 6 måneder med bredbånd 128/128 kbit/s og fastnettelefoni i Danmark er **1608 kr.** I enkelte områder er det ikke muligt at levere tilbudet."*

Mens skiltet er på, siger en mandlig speak: *"Få fri fastnettelefoni og ubegrænset bredbånd for kun 268 om måneden. Bestil inden 1. maj så koster oprettelsen 0 kr. "*

Derefter vises et nyt skilt med Cybercitys logo og teksten "Umenneskeligt simpelt".

Høring

TV 2 | Reklame er i høringssvar af 28. marts 2006 fremkommet med følgende kommentarer til Radio- og tv-nævnet:

"

Efter vores opfattelse ligger der i udtrykket fastnettelefoni, at man ringer fra én fastnettelefon til en anden. Opkaldet vil i sådanne tilfælde udelukkende transmitteres via forbundne kabler i enten jorden eller luften, hvilket efter vores vurdering er, hvad der forstås ved "et fast net". Det illustreres efter vores mening i reklamen ved, at chefen sætter stikket i en almindelig

bordtelefon, hvorved det understreges, at der er tale om telefoni via kabler.

Ringer man derimod til en mobiltelefon, vil det teknisk ske ved, at signalet formidles til modtagerens telefon via en mobilmast, hvorfor der efter vores opfattelse ikke kan tales om fastnettelefoni i en sådan situation.

Det er på denne baggrund TV 2/ Reklames opfattelse, at reklamen for Cybercity ikke er vildledende.

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

Cybercity har i brev af 27. marts 2006 fremsendt følgende kommentarer:

" ...

Det fremgår af sagen, at Jan Lauridsen (herefter Klager) klager over, at ordet fastnettelefoni er vildledende, idet begrebet fastnettelefoni efter Klagers opfattelse er tvetydigt. Klager har via Cybercitys hjemmeside bemærket, at produktet ikke omfatter opkald til mobilnettet, men alene fastnettet. Dette finder Klager ikke er tilstrækkeligt klart, hvis man alene forholder sig til TV-reklamens budskab.

Cybercity skal i det følgende forholde sig til Klagers anbringende.

Cybercity er af den klare opfattelse, at begrebet fastnettelefoni dækker over opkald indenfor og mellem fastnet (dvs. samtaler mellem fastnetabonnenter).

I teksten, der indgår i TV-reklamen, indgår begrebet "fri telefoni", hvilket efter Cybercitys opfattelse er begrebet for såvel mobil- som fastnettelefoni, hvorfor det da også i speak præciseres, at der er tale om "fri fastnettelefoni" (udskrift af reklamens speak og tekst vedlægges).

Som prisstrukturerne på mobilnettet er konstrueret i dag, ville et produkt indeholdende frit opkald til såvel mobil som fastnet have været et markant dyrere produkt, hvorfor det da også af denne årsag klart må have formodningen imod sig at "fri fastnettelefoni" også skulle indeholde et dyrt mobilelement. Havde Cybercity haft til hensigt at lancere et sådan produkt ville Cybercity ikke lade seerne være i tvivl om, at opkald til mobilnet også var

omfattet. Udtrykket *fri fastnettelefoni* ville i så fald være "vildledende" og "urimeligt mangelfuld"(dog mest til skade for Cybercity selv).

Sammenfattende er det Cybercitys opfattelse, at reklamen ikke på nogen måde vildleder seerne og derfor ej heller er i strid med markedsføringslovens § 3, stk.1.

..."

Forbrugerombudsmanden er i brev af 11. april 2006 fremkommet med følgende kommentarer:

" ...

Annoncøren har anvendt udtrykkene "*fri telefoni*" og "*fri fastnettelefoni*".

Annoncøren har i deres brev af 27. marts 2006 oplyst, at begrebet *telefoni* efter deres opfattelse omfatter såvel mobil- som fastnettelefoni, modsat fastnettelefoni der kun dækker over opkald inden for og mellem fastnet. (dvs. samtaler mellem fastnetabonnenter). Man erkender at have anvendt begrebet *angivelsen "fri telefoni"* i reklamen. Det anføres, at det netop derfor i speaken præciseres, at der kun er tale om "*fri fastnettelefoni*".

Det er vores opfattelse, at begge de anvendte angivelser er egnede til at bringe forbrugeren i tvivl om, hvad det egentlig er, der ligger i tilbuddet. Begge angivelser kan eksempelvis opfattes således, at man tror, at prisen omfatter alle opkald fra en fastnettelefon- altså både opkald til mobil- og fastnettelefoner. Det er desuden vildledende et sted i en reklame at oplyse, at der er tale om *fri telefoni* og et andet sted, at der er tale om *fri fastnettelefoni*, som er tiltænkt at begrænse indholdet af det første udsagn.

Vi finder, at Cybercity har overtrådt markedsføringslovens § 2, ved i deres reklame at have anvendt angivelserne "*fri telefoni*" og "*fri fastnettelefoni*" for et produkt, der reelt kun indeholder opkald fra en fastnettelefon til en anden telefon. Anvendelsen af angivelserne anses således som vildledende og egnede til at påvirke efterspørgslen af det pågældende produkt.

Hertil kommer at seere generelt næppe vil have mulighed for at læse og opfatte en tekst samtidig med, at der kører et speak med et andet indhold. Ligeledes står teksten på skærmen i så kort tid og med så små typer, at man kan have svært ved at læse den.

For så vidt angår den internetforbindelse, der i reklamen benævnes bredbånd, kan det oplyses, at den tilbudte hastighed ikke opfylder IT- og Telestyrelsens krav til at kunne kaldes bredbånd. IT- og Telestyrelsens definition af bredbånd er en hastighed på minimum 2Mbit/s. Alle forbindelser derunder bør ikke kaldes bredbånd.

Vi finder på denne baggrund, at Cybercity ligeledes har overtrådt markedsføringslovens § 2, ved at anvende betegnelser bredbånd for en internetforbindelse med en hastighed på 128/128 kbit/s.

..."

På baggrund af forbrugerombudsmandens bemærkninger vedrørende IT- og Telestyrelsens krav til hastigheden af bredbåndsforbindelser, har Nævnet via TV2 | Reklame givet annoncøren Cybercity lejlighed til at fremkomme med yderligere bemærkninger. I brev af 10. maj 2006 har Cybercity anført følgende:

"...

Det er Cybercitys vurdering, at forbrugerombudsmandens oplysninger om IT- og Telestyrelsens opfattelse af, hvad der skal forstås ved begrebet "bredbånd", er af ældre dato. Således fremgår følgende af ministeren for Videnskab, Teknologi og Udviklings besvarelse af spørgsmål S 758 stillet af Morten Helveg Petersen den 13. april 2005:

"Morten Helveg Petersen spørger: 'Hvordan definerer ministeren en bredbåndsforbindelse med hensyn til hastigheden?'

Ministerens svar

Jeg har indhentet en udtalelse fra IT- og Telestyrelsen, der oplyser følgende:

'Der er tidligere blevet opereret med en definition på bredbånd, som blev defineret til at være 2 Mbit/s og højere transmissionshastigheder. I international sammenhæng er det almindeligt accepteret, at definitionen på bredbånd, navnlig i statistisk sammenhæng, er på 144 kbit/s. Denne definition anvendes således af både OECD og EU-Kommissionen i deres statistiske opgørelser. I Danmark anvendes denne definition ligeledes i statistisk sammenhæng.' Jeg kan henholde mig til det af IT- og

stisk sammenhæng.' Jeg kan henholde mig til det af IT- og Telestyrelsen oplyste".

Gennemgår man det materiale, som IT- og Telestyrelsen har udarbejdet i den seneste tid vedrørende bredbånd, så vil man blandt andet i en afgørelse af 2. november 2005 for bredbåndsmarkedet (s.8) finde følgende afsnit:

'Af markedsafgørelse vedrørende bredbåndsprодукter fremgår følgende:

Under hensyntagen til EU-Kommissionens henstilling om relevante produkt- og tjenestemarkeder og EU-Kommissionens retningslinjer for markedsanalyser og vurdering af SMP...afgrænser IT- og Telestyrelsen i medfør af telelovens § 84 b engrosmarkedet for bredbåndstilslutning således, at det omfatter... bredbåndsprодукter, hvor kapaciteten er mere end 128 kbit/s...'

Det fremgår af dette afsnit, at bredbåndsprодукter med en hastighed på mere en 128 kbit/s er omfattet af styrelsens afgørelse.

Yderligere kan man på side 47 i det materiale, som blev udsendt forud for den pågældende afgørelse finde følgende passus vedrørende begrebet "bredbånd":

'... Der findes flere forskellige definitioner af, hvad der er indeholdt i begrebet "bredbånd". I Danmark har man således traditionelt haft den holdning, at kun produkter med en overførelseskapacitet på 2 Mbit/s eller derover er egentlige bredbåndsprодукter. Europa-Kommissionen har imidlertid defineret alt, der ligger over 128/ kbit/s, som "bredbånd". Til brug for denne markedsafgrænsning vil Kommissionens grænse blive anvendt, idet langt de fleste af de slutbrugerprodukter, som Kommissionen har forudsat berørt af reguleringen af dette marked (primært ADSL), har en overførelseskapacitet på 2 Mbit/s og derunder. Det relevante slutbrugerprodukt, som reguleringen af dette engrosmarked sigter mod, er således et ADSL-ækvivalent, dvs. slutbrugerbredbåndsprодукter med kapacitet mellem 128 kbit/s og 2 Mbit/s.'

Cybercity er som indledningsvist nævnt, af den opfattelse, at forbrugerombudsmandens udtalelse må bero på IT- og Telestyrelsens tidligere opfattelse af "bredbånd", som den tog sig ud forinden styrelsen harmonerede denne opfattelse med den internationale forståelse heraf.

Det kan dog konstateres, at Cybercitys ADSL-produkt på 128/128 kbit/s ikke er omfattet af denne definition, som EU-Kommissionen, OECD samt IT- og Telestyrelsen anvender i deres statistiske opgørelser. På den baggrund har Cybercity valgt at opgradere sit mindste ADSL-produkt, så dette fremadrettet vil ligge inden for denne definition.

Cybercity skal imidlertid gøre opmærksom på, at eftersom Cybercity tydeliggør i TV-reklamen, at det bredbåndsprodukt, der i det aktuelle tilbud tages udgangspunkt i, er hastigheden 128/128, så anser selskabet ikke slutbrugerne for vildledt..”

Nævnet har den 23. maj 2006 rettet telefonisk henvendelse til IT- og Telestyrelsen og anmodet om deres kommentarer til høringssvaret fra Cybercity vedrørende definitionen af begrebet ”bredbånd”. IT- og Telestyrelsen har oplyst, at bredbånd nu defineres som internetforbindelser med en hastighed på over 128/128 kbit/s. I praksis betyder det, at bredbånd som definition alene anvendes om internethastigheder på minimum 144 kbit/s.

Radio- og tv-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 31. maj 2006 og skal **udtale**:

Jan Lauridsen klager over, at Cybercity reklamerer med fri fastnettelefoni og frit ubegrænset bredbånd for kun 268 kr. om måneden uden at oplyse, at fastnettelefoni kun dækker over telefoni mellem fastnettelefoner, mens telefoni fra fastnet til mobiltelefon ikke er omfattet af tilbudet. Ifølge klageren kan ordet fastnettelefoni betyde alle opkald foretaget af en fastnettelefon, og han finder derfor, at reklamen er vildledende og i strid med markedsføringsloven.

I henhold til § 8, stk. 2, i reklamebekendtgørelsen, 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 nævnes det indledningsvis, at selskabet tilbyder ubegrænset bredbånd og ubegrænset telefoni. Kort tid efter fremvises et skilt med teksten: "fri telefoni og bredbånd for kun 268 kr. om måneden", og først senere i reklamen angives det, at tilbudet er begrænset til fastnettelefoni.

Ifølge forbrugerombudsmanden har selskabet dermed overtrådt markedsføringslovens § 2, stk. 1, ved i reklamen at have anvendt angivelsen "fri telefoni" for et produkt, der reelt kun omfatter fri fastnettelefoni. Dette understreges af, at teksten på skærmen er skrevet med meget lille skrift og har et andet indhold end speaken. Det kan derfor ifølge forbrugerombudsmanden være svært for forbrugerne at forstå begrænsningerne i tilbudet.

Det er imidlertid Nævnets opfattelse, at reklamens indhold tilstrækkeligt tydeligt signalerer, at der er tale om opkald fra en fastnettelefon og ikke fri telefoni fra alle telefoner (inklusive mobiltelefoner). Dette illustreres ved, at chefen i reklamen kobler et stik fra sin almindelige bordtelefon til routeren, der også bliver koblet til computeren. Det fremgår desuden også klart af reklamens speak og af det skilt, som afslutter reklamen, at der er tale om fri fastnettelefoni.

Nævnet er imidlertid enig med klageren og forbrugerombudsmanden i, at det ikke fremgår af reklamen, at tilbudet om fri fastnettelefoni kun omfatter fri telefoni mellem fastnettelefoner og ikke fri telefoni fra en fastnettelefon til mobiltelefoner. Hverken teksten eller billederne i reklamefilmen indeholder således oplysninger om, hvilke typer opkald der er omfattet af tilbudet. Begrebet fri fastnettelefoni kan derfor efter Nævnets opfattelse nemt forstås af forbrugeren som omfattende fri telefoni fra en fastnettelefon, uanset til hvilken type telefon der ringes.

Det kan i den forbindelse ikke tillægges betydning, som anført af annoncøren, at fri telefoni fra fastnet til mobiltelefoner ville være et væsentligt dyrere produkt. Det kan således ikke forventes, at forbrugerne skal have indgående kendskab til prisstrukturerne på markedet, når tilbuddet præsenteres. Det er ligeledes uden betydning, om begrebet "fastnet" ifølge TV 2 | Reklame refererer til telefoni, der transmitteres via kabler, idet udtrykket fastnettelefoni af forbrugeren nemt kan opfattes som omfattende alle opkald, der *udgår* fra en fastnettelefon.

Det er således Nævnets opfattelse, at angivelsen af begrebet "fri fastnettelefon" er vildledende og mangelfuldt, idet det ikke præciseres, at tilbudet er begrænset til telefoni mellem to fastnettelefoner.

For så vidt angår reklamens anvendelse af begrebet "frit bredbånd", fremgår det af høringssvaret fra Cybercity og IT- og Telestyrelsen, at begrebet "bredbånd" efter IT- og Telestyrelsens anvisninger ikke kan anvendes for internetforbindelser med en hastighed på 128/128 kbit/s. Begrebet "bredbånd" dækker efter IT- og Telestyrelsens opfattelse over forbindelser på hastigheder *over* 128/128 kbit/s, som er anvendt af Europa-Kommissionen som den nedre grænse for, hvad der kan anses som et slutbrugerbredbåndprodukt. Cybercity har i deres høringssvar anført, at anvendelsen af betegnelsen "bredbånd" ikke er vildledende, idet hastigheden af den tilbudte internetforbindelse fremgår af teksten i reklamen.

Efter Nævnets opfattelse vil "bredbånd" imidlertid for forbrugeren kunne opfattes som en betegnelse, som angiver, at der er tale om en særligt hurtig internetforbindelse. Begrebet bredbånd bruges således ikke om alle internetforbindelser som for eksempel modem, almindeligt ADSL osv. Det er på denne baggrund Nævnets opfattelse, at anvendelsen af betegnelsen "bredbånd", er vildledende markedsføring, idet det ikke kan forventes, at forbrugeren er bevidst om, at den hastighed, som er angivet i reklamens tekst, ikke lever op til kravene til "bredbånd".

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

AFGØRELSE:

Tv-reklamen for Cybercity sendt på TV 2/Danmark A/S er i strid med § 2, stk. 1, i markedsføringsloven, jf. § 8, stk. 2, i reklamebekendtgørelsen.

Christian Scherfig
formand

/Jessika Heltberg Auken
nævnsekretær