

TV 2 | Reklame
Baunegårdsvej 73
2900 Hellerup
Att.: Reklamejura

København den 1. september 2006

Klage over tv-reklame for Falck sendt på TV 2|Danmark

M. Krogh har ved mail af 13. februar 2006 indgivet følgende klage til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Falck Danmark A/S (i det følgende benævnt Falck) sendt på TV 2|Danmark:

" ...

Det handler om Falcks nuværende reklamekampagne angående førstehjælpskurser. Det gælder alle de markedsførte kurser, men det, som jeg undersøgte nærmere, idet dette var interessant for mig, var kurset, hvor man endvidere tilbød førstehjælpsundervisning til børnene.

Reklamen går i sin enkelhed ud på, at man viser en eller anden, der har taget førstehjælpskursus, men hvor vedkommende selv falder om og ingen kan hjælpe, idet ingen andre kan førstehjælp. De har også lavet en film, hvor der vises et barn, der taber sin dukke på trapperne og lytter efter dukkens vejtrækning efterfølgende.

Dernæst bliver skærmen rød, og der står, at man kan kontakte www.falck.dk (dette er den eneste tekst, der står på skærmen!) og tilmelde sig og derefter kommer der en mand frem og siger, at man kan ringe til ham og prøve at besvare nogle spørgsmål.

Dette ville jeg gerne melde mig og mine børn til, men finder ud af, da jeg går ind på nettet for at få tilmeldingsblanketten, at man skal være medlem af Falck Family eller Falck Care kunde for at kunne tilmelde sig kurset. Det nævnes der ikke et ord om i reklamen, hverken som speak eller på skrift.

Dette er efter min bedste overbevisning vildledende markedsføring og direkte misvisende. Ikke engang som bilabonnet kan man bruge det såkald-

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

te tilbud - selvom relevansen må være lige så stor for Falck's bilabonnenter som for Family-abonnenterne!!!!

I vil formentlig selv undersøge min klage nærmere, men dette er linket til den side, som jeg reagerer på: <http://foerstehjaelp.falck.dk/tilmeld.asp>. Selve forsiden hos Falck anfører heller ikke krav om abonnement - <http://foerstehjaelp.falck.dk/default.asp>.

Jeg håber selvsagt, at der med denne klage tages skridt til, at Falck anerkender, at man skal acceptere enhver tilmelding til kurserne, selvom kursisten ikke måtte være abonnent hos Falck Family, således som reklamen lægger op til, at der er mulighed for!

Jeg skal understrege, at jeg som sådan ingen problemer har i, at reklamepladsen er købt til visning på TV2, og min klage skal ikke betragtes som en klage over TV2, men som en klage over Falck (og deres reklamebureau), og jeg vil gerne bede jer om at viderebringe min klage til Forbrugerombudsmanden, idet jeg finder det langt mere rimeligt at gøre Falck ansvarlig, da Falck er fuldt bevidst om, at der er skjulte krav forbundet med disse kurser.

Jeg står naturligvis til rådighed, såfremt jeg kan bidrage med yderligere i sagen.

Da jeg har beskyttet adresse, beder jeg venligst om, at dette respekteres så vidt, det er muligt!

..."

Beskrivelse

TV 2 Reklame har ved hørings svar af 6. marts 2006 tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med tv-reklamen "Dukke - Førstehjælp" for Falck.

Reklamen udspiller sig på en trappe, hvor en lille pige sidder og leger med sin dukke. Dukken falder ud af hænderne på pigen og ned af trappen. Pigen ser forskrækket og bange ud og udbryder samtidig med faldet:

"Nej".

Pigen går ned for foden af trappen og holder dukken på hovedet og benene, hvorefter hun siger:

"Kom".

Hun lægger herefter sit øre mod dukkens bryst og holder med den ene hånd på hovedet af den.

Der vises et skilt med teksten:

"Kan dit barn førstehjælp? – Kan du?".

Teksten bliver speaket samtidig med, at den vises.

Der klippes derefter til falckredderen, Mikkel Schouw, der står foran at Falck logo. Han fortæller:

"Hos Falck kan du tage dine børn med på førstehjælpkursus, og lige nu kan du få testet din viden hos mig".

Reklamen afsluttes med teksten:

*"70 10 49 10
www.falck.dk".*

Og med speaken:

"Test din viden på 70 10 49 10".

TV 2 Reklame har endvidere tilsendt Nævnet to spots fra Dansk Førstehjælpsråd.

Det ene spot viser en pige, der sidder i en biograf og spiser et bolche, hvorefter hun falder om.

I forbindelse hermed er der følgende speak:

"Her er Louise - hun har lige taget et førstehjælpkursus. På bare 3 timer lærte hun bl.a. at skabe frie luftveje og give hjertemassage. Så nu kan hun redde liv, hvis det bliver nødvendigt. Men det hjælper ikke Louise, for det er der ingen andre i biografen, der kan. Lær at redde liv – meld dig til et 3 timers førstehjælpkursus på www.givførstehjælp.nu - lige nu".

Spottet afsluttes med et skilt med angivelse hjemmesiden samt angivelse af navnet Dansk Førstehjælpsråd.

Det andet spot fra Dansk Førstehjælpsråd har samme budskab, men er beskrevet med en anden historie.

Hørings svar

TV 2 Reklame er ved høringssvar af 6. marts 2006 fremkommet med følgende kommentarer:

" ...

Anledningen er en klage til Nævnet fra M. Krogh, som mener, at reklamen er vildledende, idet den giver indtryk af, at man kan tilmelde sig et gratis førstehjælpskursus hos Falck, mens det reelt kræves, at man er medlem af Falck Family eller Falck Care. Klager nævner, at der har været vist to forskellige reklamer.

Det kan oplyses, at Dansk Førstehjælpsråd i samme periode som Falck har kørt en reklamekampagne med det formål at få befolkningen til at lære førstehjælp.

I de to spot, der indgår i kampagnen, ser man en person, der angiveligt lige har været på førstehjælpskursus. Vedkommende falder selv om, og pointen er, at der ikke er nogen af de øvrige tilstedeværende, der har været på førstehjælpskursus. Det fremgår af reklamerne, at kurserne udbydes gratis af Dansk Førstehjælpsråd.

Ud fra klagers beskrivelse af det ene af de to spot, tyder alt på, at det er kampagnen fra Dansk Førstehjælpsråd, der refereres til.

...

Det er vores vurdering, at klager har opfattet de to forskellige reklamespot som en del af samme kampagne, afsendt af Falck. Klager har dermed fået det fejlagtige indtryk, at Falck udbyder et gratis førstehjælpskursus.

Vi har opfattet reklamen for Falck som en oplysning om, at børn også kan lære førstehjælp, og at de sammen med deres forældre kan få et kursus heri hos Falck. Efter vores vurdering er der ikke noget i reklamen, der indikerer, at et sådant kursus er gratis.

Der henvises som nævnt til både et telefonnummer og en web-adresse, hvor man udover den nævnte test må formodes også at kunne finde nærmere oplysninger om kurserne.

Det er på den baggrund TV 2 Reklames opfattelse, at reklamen for Falck ikke er vildledende.

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

For god ordens skyld vedlægges der endvidere en CD-rom med kopi af reklame-kampagnen for Dansk Førstehjælpsråd.

..."

Falck Danmark A/S har i brev af 24. februar 2006 anført følgende kommentarer:

" ...

M. Krogs klage omtaler en række reklamefilm vedrørende førstehjælp. Indledningsvis må det derfor præciseres, at Falcks tv-reklamekampagne alene omfatter et af de i klagen omtalte reklamespots, nemlig reklamen med pigen, dukken og Falck-redderen. De øvrige reklamespots, der henvises til i klagen er – Falck bekendt – en del af Dansk Førstehjælpsråds reklamekampagne.

Uanset vi naturligvis bifalder initiativet til den holdningskampagne Dansk Førstehjælpsråd lancerede 2. januar 2006, blandt andet i form af omfattende tv-reklamer, kan vi selvsagt kun forholde os til den tv-reklame, som Falck selv er ansvarlig for, og som indgår som et element i vores markedsføring af førstehjælpskurser på abonnementsbasis til privatmarkedet.

Falcks tv-reklame med pigen, dukken og Falck-redderen er blot et af flere elementer i Falcks førstehjælpskampagne til familier med børn i alderen 5-12 år. Hensigten med tv-reklamen er at gøre opmærksom på vigtigheden af at kunne førstehjælp, og samtidig give seerne lejlighed til at teste sin viden om førstehjælp via Falcks hjemmeside/telefon. I forbindelse med udførelsen af testen får seeren mulighed for at opnå yderligere kendskab til Falcks udbud af førstehjælpskurser og vilkårene herfor.

Den overordnede kampagnestrategi er at positionere en af Falcks mange faglige kompetencer. Samtidig ønsker vi at rådgive forbrugerne inden for førstehjælp. Derfor har vi valgt, at en Falck-redder spiller en aktive rolle i hele kampagnen, og fordi han er et levende og troværdigt eksempel på vores kompetence. Som det vil fremgå nedenfor indeholder Falcks tv-reklame, hverken en specifik markedsføring af indhold af eller vilkår for Falcks førstehjælpskurser eller de Falck abonnementer, som førstehjælpskurserne er en del af. Tv-reklamen opfordrer seeren til at deltage i en test om førstehjælp – enten via internettet eller via telefon.

...

Det er vores vurdering, at den målgruppe vi henvender os til i tv-reklamen er aktive brugere af internettet, og vi har derfor valgt, at testen og den eventuelt videre kontakt til Falck mest hensigtsmæssigt kan foregå via internettet. Det kan i den sammenhæng oplyses, at 88% af dem som har valgt at tage testen, har gjort dette via internettet. Som et alternativ har vi valgt, at interesserede kan tage testen pr. telefon. De resterende 12% har valgt at tage testen via denne kanal.

Uanset om seeren vælger at tage testen via hjemmesiden eller telefonen, opnår man adgang til fyldestgørende information om Falcks førstehjælpskurser og vilkårene herfor.

Forud for gennemførelsen af testen på Falcks hjemmeside, har kunden klikket sig videre ind på en særskilt førstehjælpsportal (<http://foerstehjaelp.falck.dk/>). På denne side kan kunden – enten forud for eller efter gennemførelsen af testen – indhente yderligere information om og vilkårene for Falcks udbud af førstehjælpskurser. Der kan endvidere rekvireres yderligere materiale herom, som tilsendes med post eller e-mail efter kundens eget valg. Det fremgår på hjemmesiden med markeret skrift, at "Du skal være Falck Family eller Falck Care kunde" samt "For at tilmelde dig dit førstehjælpskursus, skal du bruge dit abonnementsnummer." Der henvises til vedlagte skærmpoint.

De seere, der henvender sig for at tage testen via det i tv-reklamen oplyste Falck telefonnummer guides automatisk igennem testen. Testen afsluttes med, at kunden tilbydes yderligere information enten i form af tilsendelse af brochure eller via opringning fra Falck. I begge tilfælde vil det klart og tydeligt blive oplyst for kunden, at Falcks førstehjælpskurser alene udbydes som en del af det såkaldte Falck Family abonnement. Der henvises til vedlagte Falck Family brochure.

Det er således korrekt som anført af M. Krog, at en person kun kan deltage i et førstehjælpskursus hos Falck, hvis man har eller tegner et abonnement, hvori førstehjælp indgår. Førstehjælpskurser indgår i såvel Falck Family og Falck Care abonnementerne. Det er Falcks og andre førstehjælpsudbyderes anbefaling, at et kursus i førstehjælp skal repeteres ca. hvert 2. år. Derfor giver det efter vores vurdering god mening at førstehjælp købes på abonnementsbasis.

Hele Falcks forretningsgrundlag til privatmarkedet er bygget op omkring abonnementsprincippet, hvilket har været tilfældet i mere end 50 år.

Med henvisning til ovennævnte redegørelse og vedlagte brochure må vi tilbagevise M. Krogs påstand om, at Falcks tv-reklamekampagne for vores førstehjælpskurser er vildledende og/eller misvisende. Og vi kan således desværre ikke imødekomme M. Krogs eller andres ønske om at deltage i et førstehjælpskursus hos Falck, når de ikke har tegnet et abonnement.

Forbrugerombudsmanden v/Mette Hartvig Johnsson er ved brev af 10. april 2006 fremkommet med følgende bemærkninger:

" ...

Der er efter vores opfattelse tale om en overtrædelse af markedsføringslovens § 2, da det anses for vildledende ikke i reklamen at komme med den vigtige og relevante oplysning, at førstehjælpskurset alene tilbydes til abonnenter hos Falck –og at det derudover alene er abonnenter på Falck Family eller Falck Care, der tilbydes kurset.

...

Da klagen udelukkende går på, hvorvidt man kan tilmelde sig Falcks kurser uden at have tegnet et særligt abonnement, har vi ikke taget stilling til reklamen fra Dansk Førstehjælpsråd.

..."

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. 410 af 2. maj 2006 på sit møde den 23. august 2006 behandlet sagen og skal udtale:

Det er klagers opfattelse, at tv-reklamen for Falck er vildledende, idet den giver indtryk af, at det er muligt at tilmelde sig et gratis førstehjælpkursus hos Falck, mens det reelt kræves, at man er medlem af Falck Family eller Falck Care. Klager henviser i den forbindelse til to forskellige reklamespots.

TV 2 Reklame oplyser, *"at Dansk Førstehjælpsråd i samme periode som Falck har kørt en reklamekampagne med det formål at få befolkningen til at lære førstehjælp", og at det "ud fra klagers beskrivelse af det ene af de to spot, tyder.. på, at det er kampagnen fra Dansk Førstehjælpsråd, der refereres til."*

Endvidere oplyser TV 2 Reklame, at det fremgår af reklamerne fra Dansk Førstehjælpsråd, at kurserne udbydes gratis.

Det er Radio- og tv-nævnets vurdering, at klager har sammenblandet reklamerne, hvorfor Nævnet kun tager stilling til reklamen for Falcks førstehjælpkurser.

I henhold til § 8, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn skal reklamer være i overensstemmelse med markedsføringsloven og i øvrigt respekterer alment accepterede reklameetiske normsæt.

Lovbekendtgørelse nr. 699 af 17. juli 2000 om 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.

Falck reklamen opfordrer forældre til at tage deres børn med på førstehjælpkursus, og oplyser om, at det er muligt at teste sin viden ved at ringe til Falck eller ved at besøge Falcks hjemmeside, som angives i reklamen.

Ifølge Forbrugerombudsmanden har Falck overtrådt markedsføringslovens § 2, stk. 1, idet reklamen ikke fremkommer med den vigtige og relevante oplysning, at førstehjælpkurset alene tilbydes til abonnenter hos Falck –og at det derudover alene er abonnenter på Falck Family eller Falck Care, der tilbydes kurset.

Falck oplyser i sit høringssvar, at seere, der tager testen enten ved telefon eller på Falcks hjemmeside, i den forbindelse bliver gjort opmærksom på, at Falcks førstehjælpskurser alene udbydes som en del af det såkaldte Falck Family abonnement.

Hertil skal Nævnet bemærke, at det ikke er af afgørende betydning for vildledningsvurderingen, at forbrugeren eventuelt efterfølgende bliver bragt ud af sin vildfarelse ved en telefonisk kontakt til Falck eller ved at læse vilkårene for tilmelding af førstehjælpskurset på hjemmesiden, idet det ifølge § 2, stk. 1, ikke er et krav, at reklamen rent faktisk skal have vildledt, men blot at reklamen skal være egnet til at vildlede.

Nævnet er ikke enig i klagers opfattelse af, at reklamen giver indtryk af, at kurserne er gratis. Nævnet finder, at seerne med rimelighed kunne forventes betaling af et mindre beløb, dog også uden at være medlem af Falck Family eller Falck Care.

Nævnet anser det imidlertid som en relevant og dermed væsentlig oplysning for seerne, at det kun er muligt at tilmelde sig Falcks førstehjælpskurser med et Falck Family eller Falck Care abonnement. Denne oplysning kunne efter Nævnets opfattelse uproblematisk have været angivet i reklamen.

Nævnet finder derfor, at reklamen er urimeligt mangelfuld og vildledende og egnet til at påvirke efterspørgslen af Falcks tilbud.

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

AFGØRELSE:

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

Christian Scherfig
formand

/Christina Sigvardt
nævnsssekretær