

TV 2/DANMARK A/S  
Teglholm Allé 16  
2450 København SV  
Att.: Reklamejura

København den 5. september 2007

### **Klage over tv-reklame for Wupti.com sendt på TV 2**

Allan Kok har ved mail af 18. januar 2007 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Wupti.com sendt på TV 2.

Allan Kok anfører følgende kommentarer i sin klage:

*"I reklamerne for Wupti.com, siger de at man kan spare mange penge hos dem. De skrev også hvor meget man kunne spare selv i de dage hvor de åbnede (omkring 1/12), men den dag de åbnede kan de ikke have haft varerne til salg til den oprindelige pris. Der for kan jeg ikke stille mig at wupti.com på noget tidspunkt har haft varerne til den høje pris. Er det ikke rigtigt at man kun må reklamere med at man spare noget, hvis varen har ikke har stået til den høje pris?"*

### **Beskrivelse**

TV 2/DANMARK A/S har med sit høringssvar af 8. marts 2007 tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med tre i forhold til klagen repræsentative tv-reklamer for Wupti.com sendt i perioden fra den 21. december 2006 til den 18. januar 2007.

Reklamerne er næsten identiske, den eneste forskel er produktet, der reklameres for.

Speak:

Reklame 1:

*"Køb et Samsung LCD TV for kun 7.999,- spar 3000 på Wupti.com"*

### **Mediesekretariatet**

Vognmagergade 10, 1.  
1120 København K

Telefon 3318 6868  
Telefax 3318 6869

radrad@mediesekretariatet.dk  
www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52

Bank: Jyske Bank  
Reg.nr. 8109  
Konto nr. 1002 295

Reklame 2:

*"Køb en Bosch opvaskemaskine for kun 3.999,- spar 1.000 kr. på Wupti.com"*

Reklame 3:

*"Køb en Gorenja vaskemaskine for kun 2.599,- spar 1.000 kr. på Wupti.com"*

Samtidig med speaken vises et billede af produktet samt prisen og besparelsen.

Derudover vises skiltene:

*"Dagens Wupti"*

og

*"Wupti.com Direkte til dig udenom butikkerne"*

### **Høringssvar**

TV 2/DANMARK A/S har i høringssvar af 8. marts 2007 anført følgende kommentarer til Allan Kok's klage:

"...

*Klager har ikke angivet nogen konkrete reklamer, men blot at han har set dem i december og januar. Da klagefristen til nævnet er 4 uger, har vi gennemgået de reklamer, der har været vist i perioden fra den 21. december 2006 til den 18. januar 2007. Der vedlægges en CD-rom med et udvalg af disse ud fra et kriterium om, at der omtales en besparelse på de annoncerede produkter.*

*Den første TV-reklame for firmaet blev udsendt på TV 2 den 3. november 2006, men efter det oplyste, har man siden 3. juli 2006 kunnet købe varer på Wupti.com.*

*Vi har ved godkendelsen af reklamerne derfor lagt til grund, at de pågældende varer tidligere har været udbudt på Wupti.com til de angivne førpriser.*

*Det er på denne baggrund TV 2|DANMARK's vurdering, at reklamerne ikke er i strid med markedsføringsloven.*

*..."*

Wupti.com A/S v/Adm. direktør Torben Mouritsen er i brev af 28. februar 2007 fremkommet med følgende bemærkninger til klagen:

*"...*

*Hjemmesiden wupti.com har eksisteret siden 3. juli 2007. Fra den 3. november 2007 blev Wupti.com A/S markedsført på landsdækkende TV med tilbud gældende fra 13. november 2007. (Sekretariatet formoder der menes 2006 i begge datoer). Herefter er Wupti.com markedsført på TV ugentligt med henholdsvis imagespots og produktspots.*

*Der henvises i klagen ikke til specifikt hvilket spot, der bliver klaget over og derfor bliver besvarelsen vedrørende Wupti.com's prismarkedsføring generel. Såfremt klager kan udspecificere konkret hvilket spot det drejer sig om, kan denne film og tekst naturligvis fremsendes.*

#### Besparelser

*Anføres der besparelser er besparelsen sat i forhold til Wupti.com's egne før-priser. Da markedsføringsloven ikke præciserer hvor lang en periode en vare forinden skal have været solgt til en højere pris for at kunne bære en besparelse, har vi fortolket loven og defineret følgende interne regler, som forbrugerstyrelsen ligeledes anbefaler:*

- *Varen skal i 4 uger forinden have været solgt til en højere pris.*
- *Besparelsen kan således herefter anvendes i 4 uger*

*De tilbud der har været markedsført landsdækkende og/eller på hjemmesiden har alle levet op til disse regler.*

*Wupti.com overholder således fuldt markedsføringslovens bestemmelser om "før-priser". Der er interne procedurer, der beskriver en 4 ugers regel, som overholdes og kan dokumenteres.*

*Jeg håber hermed at have besvaret Deres spørgsmål."*

I henhold til § 34, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsoring i radio og fjernsyn skal Radio- og tv-nævnet i sager af forbrugerretlig relevans indhente en udtalelse fra Forbrugerombudsmanden inden afgørelse træffes.

Forbrugerombudsmanden har ved brev af 19. marts 2007 anført følgende bemærkninger til klagen:

"...

*Hvis der annonceres med sparbudskaber, og det ikke oplyses, at det er i forhold til markeds- eller konkurrentpriser, foranlediges forbrugeren umiddelbart til at tro, at der sammenlignes med selskabets egne "før-priser".*

*Såfremt dette ikke er tilfældet, kan der efter omstændighederne være tale om vildledning af forbrugerne i strid med markedsføringslovens § 3, stk. 1, som har følgende ordlyd:*

*"§ 3, stk. 1. Der må ikke 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 tjene-  
steydelser."*

*Overtrædelse af § 3 kan straffes med bøde, markedsføringslovens § 30, stk. 3, jf. stk. 6.*

*Endvidere kan der henvises til Forbrugerombudsmandens vejledning om prismarkedsføring, som er tilgængelig på:*

<http://www.forbrug.dk/klage/love/forbrugerlove/mfl/retningslinjer/prismarkedsfoering/>

*For så vidt angår den konkrete klage, finder Forbrugerombudsmanden det ikke muligt at vurdere, om der er tale om en overtrædelse af markedsfø-*

ringsloven, idet klageren ikke angiver nogen konkrete reklamer, men blot henviser til, at han har set dem i december 2006 og januar 2007.

Forbrugerombudsmanden finder derfor, at selskabets redegørelse må lægges til grund. Vi kan i den forbindelse endvidere oplyse, at Forbrugerombudsmanden fornyeligt har behandlet en sag mod samme selskab vedrørende samme problemstilling. Kopi af sagens dokumenter vedlægges til orientering.

Det skal for en god ordens skyld oplyses, at hverken Forbrugerstyrelsen eller Forbrugerombudsmanden anbefaler eller fortolker markedsføringsloven i overensstemmelse med den interne regel, som selskabet har defineret, og som fremgår af deres redegørelse. Dette er tillige meddelt selskabet ved vores skrivelse af 2. marts 2007.

Her fremgår det bl.a.:

“Forbrugerombudsmanden har taget Deres redegørelse i sagen til efterretning, og vil ikke foretage sig yderligere i sagen. Vi vil dog benytte lejligheden til at oplyse, at det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at den erhvervsdrivende ved sammenligning med egen pris bør kunne dokumentere, at nøjagtig samme vare eller tjenesteydelse i en længere periode umiddelbart forud for annonceringstidspunktet har været solgt til den angivne normalpris i den erhvervsdrivendes virksomhed. Der foreligger ikke retspraksis, der kan belyse, hvad der skal forstås ved “en længere periode”, men det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at Deres fortolkning af reglen, hvorefter varen skal have været solgt til den højere pris i 4 uger før prisedsættelsen, er i overensstemmelse med loven.

Når en vares pris sammenlignes med egen normalpris, bør den nedsatte pris kun gælde i en kort periode. I modsat fald vil den sidstnævnte pris blive en ny normalpris. Heller ikke spørgsmålet om, hvad der her skal forstås ved “en kort periode” er afgjort i retspraksis, men det er umiddelbart Forbrugerombudsmandens opfattelse, at denne periode skal være kortere end den forudgående periode, hvor varen har været til salg til en højere pris. Forbrugerombudsmanden er således ikke som udgangspunkt enig i at Deres fortolkning, hvorefter besparelsen kan anvendes i en periode på 4 uger, idet der ikke er tale om en kortere periode.

Det er dog muligt, at dette kan afviges, såfremt det tydeligt fremgår af annoncen, hvilket må bero på en konkret vurdering.

*Det kan efter omstændighederne være muligt at sammenligne med egen normalpris, selvom en vare ikke tidligere har været solgt i den pågældende forretning. Det gælder for eksempel, hvis det klart fremgår, at der er tale om et åbningssalg eller et introduktionstilbud, og varen i en længere periode efter introduktionstilbudets ophør bliver solgt til normalprisen, eller hvis det dokumenteres, at varen bliver solgt til den angivne normalpris i andre forretninger tilhørende samme kæde.*

*Endvidere skal det nævnes, at såfremt sparbudskabet ikke er i forhold til egne priser, skal dette klart fremgå af annonceringen.*

*Vi skal afslutnings henvide til Forbrugerombudsmandens vejledning om prismarkedsføring som kan findes på [www.forbrugerombudsmanden.dk](http://www.forbrugerombudsmanden.dk), og tillader os at gå ud fra, at De vil indrette Deres fremtidige prismarkedsføring i overensstemmelse med ovennævnte bemærkninger."*

*..."*

### **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. 338 af 11. april 2007 på sit møde den 29. august 2007 behandlet sagen og skal udtale:

Allan Kok har ved mail af 18. januar 2007 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over en ikke nærmere defineret tv-reklame for Wupti.com A/S sendt på TV 2. Det er Allan Koks opfattelse, at Wupti.com A/S ikke lovligt kan oplyse om en besparelse på de annoncerede produkter, da Wupti.com er nystartet og derfor ikke kan have haft udbudt produkterne til en højere pris.

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 respektere alment accepterede reklameetiske normer.

Ifølge markedsføringslovens § 3, stk. 1, må der ikke 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 speakes:

*"Køb x-produkt for kun x kr. Spar x kr. på Wupti.com".*

Idet Allan Koks klage ikke er konkretiseret til en specifik reklame forholder Nævnet sig alene til de af TV 2/Danmark A/S' fremsendte reklamer samt de indhentede hørings svar.

Det fremgår af reklamerne, at seerne ved køb af Wuptiprodukterne kan spare x antal kroner ved køb af et produkt.

Såvel TV 2/Danmark A/S som Wupti.com A/S oplyser, at den første TV-reklame for Wupti.com blev udsendt på TV 2/Danmark den 3. november 2006, men at seerne siden 3. juli 2006 har kunnet købe varer på Wupti.com.

Wupti.com A/S oplyser endvidere, at de angivne besparelser er sat i forhold til Wupti.com's egne før-priser. Ifølge Wupti.com A/S' interne regler skal varen i 4 uger forinden have været solgt til en højere pris, og de tilbud, der har været markedsført landsdækkende, har ifølge Wupti.com alle levet op til disse regler.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at Wupti.com A/S' interne kodeks, hvorefter varen i 4 uger forinden skal have været solgt til en højere pris, er i overensstemmelse med markedsføringsloven.

Idet Nævnet i sin vurdering lægger ovennævnte oplysninger til grund gives klager ikke medhold i sin klage. Reklamerne er således i overensstemmelse med markedsføringslovens § 3, stk. 1, jf. reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 2.

Hvad angår varigheden af prisnedsættelsen er Forbrugerombudsmanden imidlertid som udgangspunkt ikke enig i Wupti.com's interne regel om, at besparelsen kan anvendes i 4 uger, efter den har været solgt til en højere pris, idet perioden for den nedsatte pris efter Forbrugerombudsmandens opfattelse skal være kortere end den forudgående periode.

Nævnet er enig med Forbrugerombudsmanden i, at den nedsatte pris alene bør gælde i en kortere periode.

Varigheden af prisnedsættelserne på produkterne i de tre reklamer fremgår imidlertid hverken af høringssvarene eller af selve reklamerne, hvorfor Nævnet ikke foretager sig yderligere for så vidt angår dette spørgsmål.

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

**AFGØRELSE:**

De tre tv-reklamer for Wupti.com sendt i perioden fra den 21. december 2006 til den 18. januar 2007 på TV 2 er i overensstemmelse med markedsføringslovens § 3, stk. 1, jf. reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 2.

Christian Scherfig  
formand

/Christina Sigvardt  
nævnsssekretær