

Talpa Radio Danmark A/S
Radio 100FM
Rådhuspladsen 45
1550 København V

Att.: Jim Receveur

RADIO- OG TV-NÆVNET

Mediesekretariatet

9. oktober 2009

Sagsnr:
2008-0011
2009-013910

Ulrike Clade Christensen
Fuldmægtig, cand.jur.

ucc@bibliotekogmedier.dk
Direkte tlf.: 3373 3334

Klage over vildledende reklame for Statoil sendt på TV 2 og Radio 100FM

Miljøbevægelsen NOAH har ved brev af hhv. 14., 16. og 24. januar 2008 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over reklamer for Statoils benzinprodukt "Bio95" sendt på TV 2 og Radio 100FM med anbringende om, at reklamerne er vildledende, og i øvrigt ikke opfylder kravet om, at reklamers indhold skal være hæderligt, sandfærdigt og udarbejdet med behørig social ansvarsfølelse.

Klager har bl.a. anført følgende:

"Siden maj 2006 har man kunnet købe benzin med 5 % bioethanol hos Statoil. Og med jævne mellemrum har Statoil såvel i radio og TV som i de trykte medier reklameret for sin såkaldte biobenzin, Bio95. Af Statoils hjemmeside fremgår det, at hvis man tanker sin bil op med Bio95, er man med til at bekæmpe den globale opvarmning. Det påstås endvidere, at der opnås en miljømæssig fordel ved at køre på Bio95, fordi bioethanol er CO2-neutralt. Andetsteds står der at: "Bioethanol produceret på sukkerrør i Brasilien vil give en reduktion på 85-90% af energiforbruget og CO2-udslippet i forhold til benzin".

(...)

Som eksempel på Statoils vildledende reklame fremsendes vedhæftet videoklip med tale, som viser tv-reklamen for Bio95 fra Statoil. Reklamefilmen har været bragt på TV2 og andre tvkanaler igennem en længere periode siden sommeren 2006. Radioreklamer, der på tilsvarende vis promoverer Bio95 som et "grønt" og miljøvenligt produkt er i samme periode sendt på bl.a. Radio 100 FM.

Den ledsagende tale til filmen har bl.a. denne ordlyd:

"På Statoil drømmer vi om en hverdag uden CO2-udslip. Vi er nået 5% af vejen. Derfor hedder vor blyfri 95 nu Bio95"

Filmen afsluttes med teksten "Bio95. 5% mindre CO2, bedre for miljøet, samme pris"

Denne tale og tekst er ikke sandfærdig, idet der ikke tages højde for, at der til produktionen af bioethanol bruges megen energi, når hele livscyklus fra primær produktion, forarbejdning, transport og anvendelse tages i betragtning.

(...)

På et tidspunkt er den ledsagende tale ændret en smule, mens filmen stadig er den samme. Filmen virker fantastisk stærk ved en meget dygtig brug af "det grønne". Alle der ikke kender noget til de faktiske forhold omkring produktionen af bioethanol vil blive fanget af budskabet om, at det er rigtig godt for miljøet at bruge Statoils Bio95. Selvom teksten er ændret en smule vil den stærke film, som mange har set snesevis af gange, efter vores opfattelse stadig været knyttet til budskabet om at man sparer kloden for 5% CO2-udslip ved at bruge Statoils benzin Bio95.

..."

Klager rejser tvivl om, hvorvidt Statoils angivelser på virksomhedens hjemmeside af brasiliansk sukkerrør som produktionsgrundlag er korrekte. Der refereres desuden til bl.a. en schweizisk undersøgelse, der peger på en mindre besparende effekt af bioethanol, end den i reklamerne suggererede og på Statoils hjemmeside angivne samt på, at effekten er afhængig af de råstoffer der anvendes til fremstillingen.

Derudover har klager anført følgende:

"...

Uanset hvilke planter, der leverer råstofferne til Statoils Bio95 ..., så er de 5 % bioethanol, som er tilsat altså ikke CO2 neutrale. Og besparelsen i CO2-udledning ved at bruge Bio95 er på max 3,25 % (hvis den tilsatte ethanol kommer fra sukkerrør) og 0,35 % (hvis den kommer fra kartofler) i forhold til almindelig benzin. Det berettiger ikke til at Bio95 kan promoveres som et klimavenligt alternativ til almindelig benzin.

(...)

Vi mener således ikke, at reklamefilmen eller radioreklamerne opfylder kravet om, at reklamers indhold skal være hæderligt, sandfærdigt og udarbejdet med behørig social ansvarsfølelse. Vi vil derfor opfordre Radio- og tv-nævnet til at gribe ind overfor denne reklamering. Vi mener ikke, at Bio95 på nogen måde må markedsføres som et "grønt" produkt, hverken i æterbårne, elektroniske eller trykte medier.

Reklamen må ikke vises igen. Vi vil opfordre Radio- og tv-nævnet til at gennemgå Statoils reklamer med tilsvarende krav til bevisførelse.

..."

Ud over de her citerede afsnit har klager bl.a. henvist til et forbud fra den norske Forbrugerombudsmand mod at kalde bioethanol for grøn benzin. Klagen er vedlagt to artikler om hhv. den norske sag om bioethanol samt om Noahs klager til Forbrugerombudsmanden og Radio- og tv-nævnet over Statoils markedsføring.

I skrivelse af 24. januar 2008 oplyste klager endvidere følgende:

"...

Der er i mellemtiden sket det, at regnskovsgruppen Nepenthes, uafhængig af NOAH, har sendt klage over Statoils markedsføring til Forbrugerombudsmanden.

Idet vi vedhæfter nævnte klage vil vi anmode om at den indgår som bilag i vores klage.

..."

Bilaget indeholder en henvendelse fra miljøorganisationen Nepenthes til Forbrugerombudsmanden, der indeholder en klage over Statoils markedsføring af bioethanol og produktet Bio95. Nepenthes fremfører under detaljerede henvisninger til forskellige undersøgelser og rapporter på området sin opfattelse af, at reklamerne for produktet bio95 er vildledende, idet reklamerne association af miljøvenlighed ikke kan dokumenteres. Herunder kritiserer klager Statoils dokumentation for bæredygtighed, idet Statoil under en egen gennemgang af relevante rapporter undlader at påpege et afsnit, der sætter spørgsmålstegn ved beregningsmetoderne for det reducerede CO₂-regnskab for bioethanol.

Beskrivelse

1. Tv-reklamen

TV 2|DANMARK A/S har som bilag til høringsvar af 26. marts 2008 tilsendt Radio- og tv-nævnet en cd-rom med reklamen for Statoil.

Reklamen varer 20 sekunder.

Reklamen begynder med visningen af nogle mennesker, der ser forundret op. Deres opmærksomhed er blevet fanget af en bil, der er tilgroet af græs. Bilen vises først kørende på en vej og derefter parkeret. Endeligt kører bilen på en vej, mens der flyver blomsterblade fra den som lander på den efterfølgende bils forrude.

Derefter vises en mand, der tanker Bio59. Imens han fylder benzin på, begynder der at vokse græs og blomster på bilen.

Derefter følger et speak med følgende indhold:

"Med Bio95 fra Statoil udleder du mindre CO2. Du kan roligt skifte mellem Bio95 og almindelig blyfri 95 - og prisen er den samme".

Imens zoomer kameraet ind på en af en tanksøjle med aftapningspistoler med grønne håndtag med logoet Bio95 på.

Til sidst kan der i et kort øjeblik læses følgende tekst:

*"Bio95, tilsat 5 % bio-ætanol
Mindre CO2 - bedre for miljøet
Findes på de stationer der skiltes med det
STATOIL forandrer hverdagen".*

Tekst og billeder suppleres af en underlagt melodi.

2. Radioreklamerne

Endvidere har Radio 100FM som bilag til høringsvar af 26. marts 2008 tilsendt Radio- og tv-nævnet en cd med tre radioreklamer for Statoil, udsendt i efteråret 2007.

Under den første radioreklamen kan der høres følgende speak:

"Hos Statoil drømmer vi om en hverdag med mindre udslip af CO2. Vi er nu nået 5 % af vejen. For når du tanker blyfri oktan 95 hos Statoil, er der tilsat 5 % bio-ætanol. Navnet er Bio95. Prisen er den samme – og din bil, den kører lige så fint som på almindeligt blyfri 95. Så tank op med Bio95 hos Statoil, og vær med til at køre i et renere miljø. Det er da en god tanke. STATOIL forandrer hverdagen. Bio95 finder du der hvor vi skilter med det."

Den anden radioreklame på cd'en har følgende speak:

"Kun hos Statoil kan du købe blyfri 95 med bio-ætanol. Vi kalder det Bio95. Bio95 er tilsat hele 5 % bio-ætanol, så du og din bil udleder mindre CO2. Tank Bio95 og gør noget aktivt for miljøet. STATOIL forandrer hverdagen. Bio95 finder du der hvor vi skilter med det."

Den tredje reklame har følgende ordlyd:

"Kun hos Statoil kan du købe blyfri 95 med bio-ætanol. Vi kalder det Bio95. Du kan veksle mellem Bio95 og almindelig 95 oktan, hvis du har brug for det. Og husk, prisen er den samme. Så tank Bio95 og gør noget aktivt for miljøet. STATOIL forandrer hverdagen. Bio95 finder du der hvor vi skilter med det."

I baggrunden af alle reklamerne høres den samme rolige melodi som ved tv-reklamen.

Høring

TV 2|DANMARK A/S

TV 2|DANMARK A/S har i udtalelse af 26. marts 2008 bl.a. anført følgende til klagen fra Miljøbevægelsen NOAH:

" ...

TV 2|DANMARK A/S skal indledende anføre, at det følger af § 78, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, at klager skal være modtaget af nævnet senest 4 uger efter, at reklamen har været udsendt.

På den baggrund informerede TV 2|DANMARK A/S den 10. marts 2008 Nævnet om, at reklamen for Statoil sidst har været vist på TV 2 den 11. november 2007. Heraf følger, at klagen fra NOAH dateret 14. januar 2008 utvivlsomt er indsendt efter klagefristens udløb.

Nævnet informerede den 13. marts 2008 TV 2|DANMARK A/S om, at Nævnet efterfølgende havde truffet beslutning om at tage sagen op af egen drift med henvisning til § 78, stk. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed.

TV 2|DANMARK A/S skal hertil bemærke, at der som hovedregel gælder en klagefrist på 4 uger i forbindelse med klager over tv-reklamer. Det fremgår ikke direkte af lovgivningen eller bemærkningerne hertil, at Nævnets mulighed for at tage sager op af egen drift samtidig giver hjemmel til at tilsidesætte førnævnte klagefrist.

Det er TV 2|DANMARK A/S's holdning, at såfremt ovennævnte undtagelse anvendes automatisk og uden begrundelse vil Nævnet reelt sætte en lovbestemt klagefrist ud af kraft. TV 2|DANMARK A/S skal på den baggrund opfordre til, at Nævnets afgørelser om at tage forældede sager op af egen drift i det mindste ledsages af en begrundelse for Nævnets tilsidesættelse af klagefristen.

I forhold til den konkrete klage for Statoil skal det bemærkes, at reklamen har været vist i flere versioner. Den version, som klager refererer til, har dog ikke været vist siden 2006. Nærværende hørings svar vil derfor koncentrere sig om den seneste version.

I reklamen for Statoil Bio95 ser man en række forskellige mennesker kikke forundret efter en bil, der er fuldstændig dækket af græs. Sidst i reklamen ser man en mand tanke Bio95, alt imens bilen hurtig bliver beklædt med græs. Billedsiden ledsages af en speak, der informerer om, at "med bio95 fra Statoil udleder du mindre CO2, og du kan roligt skifte mellem bio95 og almindelig blyfri 95 og prisen er den samme." Afslutningsvis vises et skilt med teksten: Bio95, tilsat 5 % bio-ætanol, mindre CO2 – bedre for miljøet".

TV 2|DANMARK A/S har ved vurderingen af reklamen lagt til grund, at brændstoffet Bio95 fra Statoil medfører en miljømæssig besparelse i form af en begrænsning i udledningen af CO2. TV 2|DANMARK A/S har i den forbindelse ikke fundet grund til at betvivle informationerne om produktet eller oplysningerne om dets effekt på CO2 udledningen.

Herudover henvises der til Statoils hørings svar for en mere indgående gennemgang af dokumentationen bag Bio95.

TV 2|DANMARK A/S har ved vurderingen af reklamens udformning lagt vægt på, at den både visuelt og auditivt fremstår med en tydelig overdre-

ven og drømmeagtig tone, der understreger, at billedsiden ikke skal tages alvorligt.

Det er vores opfattelse, at en normal gennemsnitsforbruger vil kunne afkode reklamens virkemidler og således se reklamen som udtryk for en drøm om en idyllisk fremtid uden CO2.

Det er på denne baggrund TV 2|DANMARK A/S's samlede vurdering, at reklamen hverken er vildledende eller stridende mod reklamebekendtgørelsens § 8 stk. 1.

Det skal afslutningsvis bemærkes, at ingen af de mange indlæg, der er fremlagt af klager, indeholder en kategorisk afvisning af, at Bio95 kan medføre en reduktion i udledningen af CO2. Klagen består således primært af en diskussion af, hvor mange led årsagssammenhængen der skal medtages i beregningen af Bio95's miljømæssige konsekvenser.

..."

Statoil v/Per Brinch

Statoil v/ Per Brinch har i udtalelse af 26. marts 2008 bl.a. anført følgende bemærkninger til klagen fra Miljøbevægelsen NOAH:

" ...

Med henvisning til brev af 14. februar 2008 kan vi oplyse, at der blandt fagfolk indenfor olie-, landbrug, klima- og miljøsektoren er enighed om, at bio-brændstof er en mulighed for at mindske transportsektorens udslip af fx CO2 her og nu. Der er også enighed om, at etanol fra Brasilien har et positivt CO2 regnskab i forhold til konventionel benzin. Et af de steder, hvor enigheden ophører, er i forbindelse med diskussionen om, hvor biomassen bruges bedst, men det er ikke kernen i henvendelsen omkring reklamen fra Bio95.

Indledende gøres derfor opmærksom på, at beregninger fra en fælles studie fra EU-Kommissionens Joint Research Center (JRC), EUCAR (europæisk bilindustris fællesforskningsenhed) samt CONCAWE (europæisk olieindustri fællesforskningsenhed) viser, at etanol fra Brasilien har en CO2 reduktion på ca. 85 % i forhold til konventionel benzin.

Dernæst er det vigtigt at slå fast, at etanolen til Statoils Bio95 kommer fra brasilianske sukkerrør, og at sukkerrør ikke egner sig til at blive produceret i regnskovsområder pga. de store nedbørsmængder, hvorfor det ikke

kommer fra Amazonas. Selvom Statoil fra begyndelsen af har stillet krav til leverandørerne, har tidligere tiders almindelig forretningspraksis indenfor etanol-branchen betydet, at man ikke har været vant til at skulle producere den type dokumentation. I samarbejde med vores leverandører er det lykkedes at få dokumentation for oprindelsesland på den etanol, der benyttes i Bio95.

I Bio95 er der iblandet 5 % brasiliansk etanol og med en CO2 reduktion på ca. 85 % i forhold til konventionel benzin, opnås en CO2 reduktion på en liter Bio95 på mere end 4 %. Det betyder, at der samlet set bliver udledt mindre CO2 ved at benytte etanol i benzin.

Bio95 navnet blev valgt, fordi det skulle erstatte blyfri 95 benzin, og ved at benytte "95" var der en tydelig reference mellem de to produkter. I vores arbejde med introduktion af Bio95 ønskede vi at give en meget bred orientering omkring brændstoffer på vores hjemmeside, da det er et nyt område for de fleste danskere. Vi skrev fx om de forskellige indkøbsmuligheder for etanol, som Statoils bio-aktiviteter benytter både i Danmark og udenfor Danmark, derudover valgte vi at give en bred/generel orientering om etanol. For at tydeliggøre de danske forhold har vi efterfølgende præciseret teksten på vores hjemmeside til at dække etanol købt specifikt til Bio95.

Statoil er opmærksom på, at olie- og gasaktiviteter bidrager til klimagasudfordringerne, og at den miljøpolitiske diskussion er taget til i den seneste tid med flere kritiske synspunkter omkring bio-brændstoffer til følge. Statoil følger debatten meget nøje, da vi også er meget optaget af, at vores produkter er bæredygtige. Selskabets position som nr. 1 på Dow Jones Bæredygtighedsindeks for fjerde år i træk vidner også om, at vi tager disse udfordringer alvorligt, søger at gøre noget ved dem, og at vi er kommet et stykke ad vejen med fx CO2-reducerende tiltag. Det er også en af grundene til, at selskabet har indledt en række forskellige initiativer til at reducere udslip af klimagasser, hvor bio-brændstoffer er et af dem.

Vi håber, at ovennævnte bidrager til at forklare, at Bio95 faktisk er med til at reducere CO2-udledningen i forhold til konventionel benzin.

..."

Radio 100FM v/Per Christiansen

Radio 100FM har i udtalelse af 26. marts 2008 bl.a. anført følgende bemærkninger til klagen fra Miljøbevægelsen NOAH:

" ...

Radio 100Fm har vurderet i forbindelse med afviklingen af radiokampagnerne for Statoil, at disse har været i overensstemmelse med gældende regler på området, og at reklamerne ikke er urigtige, vildledende eller mangelfuld.

..."

Statoil v/ Peter Boris Kreilgaard

Statoil v/ Peter Boris Kreilgaard har i udtalelse af 26. marts 2008 anført bemærkninger til klagen fra Miljøbevægelsen NOAH angående radio-reklamen, der i svarer ordret til bemærkningerne angående klagen over tv-reklamen.

Forbrugerombudsmanden

I henhold til § 34, stk. 2, 2. led, indhenter Radio- og tv-nævnet i sager med forbrugerretlig relevans en udtalelse fra Forbrugerombudsmanden.

Forbrugerombudsmanden har i udtalelse af 19. juni 2009 anført følgende bemærkninger til klagen fra Miljøbevægelsen NOAH:

" ...

Forbrugerombudsmanden modtog ligeledes en klage over bl.a. tv-reklamen for Statoils Bio95 fra en anden miljøorganisation den 15. januar 2008. Idet tv-reklamen ikke længere blev vist på tidspunktet for Forbrugerombudsmandens indtræden i sagen, er der ikke taget stilling til lovligheden af tv-reklamen, men reglerne om virksomheders brug af miljømæssige udsagn blev generelt indskærpet overfor Statoil.

Udgangspunkt er, at alle påstande, der benyttes i markedsføringen, skal være formuleret således, at forbrugerne ikke bliver vildledt. Alle påstande skal kunne dokumenteres. Dette følger af markedsføringslovens § 1, stk. 1 og § 3, stk. 1 og stk. 3., der har følgende ordlyd:

§ 1, stk. 1 Erhvervsdrivende omfattet af denne lov skal udvise god markedsføringsetik under hensyntagen til forbrugerne, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser.

§ 3, stk. 1. Erhvervsdrivende må ikke anvende vildledende eller urigtige angivelser eller udelade væsentlige informationer, såfremt dette er egnet

til mærkbart at forvrilde forbrugernes eller andre erhvervsdrivendes økonomiske adfærd på markedet.

§ 3, stk. 3. Rigtigheden af angivelser om faktiske forhold skal kunne dokumenteres.

Et markedsføringstiltag vurderes altid ud fra det helhedsindtryk, som det giver forbrugerne. Det er derfor vigtigt, at markedsføringen giver et balanceret og rigtigt helhedsindtryk af det produkt, der markedsføres.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at blomster, græs, grønne farver og andre lignende virkemidler i reklamer, vil give forbrugeren opfattelsen af, at der er tale om et produkt der ikke er skadeligt for miljøet. Derfor må sådanne virkemidler kun anvendes i markedsføringen, såfremt en miljømæssig gevinst kan dokumenteres på et sikkert og korrekt grundlag.

Af vedlagte indhentede udtalelse fra Energistyrelsen kan man læse, at den potentielle miljøgevinst ved at erstatte benzin med bioethanol består i en nedsættelse af udslippet af drivhusgasser. Vurderet ud fra en livscyklus-analyse varierer denne effekt imidlertid betragteligt alt efter bioethanolens oprindelse og produktionsmåde. Hertil er sådanne livscyklus-analyser baseret på en lang række usikre forudsætninger, hvorfor forskellige livscyklus-analyser kan nå til forskellige resultater, og i det hele er beregningsmetoden genstand for stor diskussion.

Det indgår i Forbrugerombudsmandens vurdering af, om dokumentationsgrundlaget for de i markedsføringen benyttede påstande er tilstrækkeligt, om en virksomhed tillige har taget hensyn til dokumentation, der peger i den modsatte retning. Såfremt der er betydelig uenighed eller tvivl inden for sagkundskaben på et område, må virksomheden enten oplyse herom ved afbalancerede budskaber eller helt afstå fra at benytte sig af de pågældende udsagn i markedsføringen.

..."

Energistyrelsen

Radio- og tv-nævnet har som bilag til Forbrugerombudsmandens udtalelse modtaget udtalelse fra Energistyrelsen af 30. april 2008 om klagen fra Ne-penthes vedrørende Statoils markedsføring af benzinproduktet Bio95.

Energistyrelsen anfører blandt andet følgende:

"...

Den potentielle miljøgevinst ved at erstatte benzin med bioethanol består i en nedsættelse af udslippet af drivhusgasser. Vurderet ud fra livs-cyklus analyser varierer den resulterende drivhusgasfortrængning betragteligt alt efter bioethanolens oprindelse og produktionsmåde. Europa Kommissionen opgør i det nævnte forslag til VE-direktiv den typiske besparelse i livs-cyklus udslippet af drivhusgasser fra 21 pct. for bioethanol produceret på hvedekerner med brunkul som procesenergikilde eller i uspecificeret proces 74 pct. for bioethanol produceret på sukkerrør (i Brasilien).

...

Sådanne livscyklus opgørelser er baseret på en lang række usikre forudsætninger, hvorfor forskellige livs-cyklus analyser kan nå til forskellige resultater, og i det hele er beregningsmetoden genstand for stor diskussion.

(...)

Energistyrelsen har ikke information om oprindelsen af den bioethanol, Statoil sælger, og har derfor ikke mulighed for at bedømme den resulterende effekt på drivhusgasudslippet.

..."

Endvidere fremgår det af udtalelsen, at Miljøstyrelsen som et led i kampagnen "1 ton mindre" havde fået lavet en række regneeksempler på, hvad man sparer af CO₂ gennem forskellige handlinger. Energistyrelsen oplyser i denne sammenhæng, at

"...

Miljøstyrelsen har herunder lavet et beregningseksempel under givne forudsætninger for, hvad CO₂-besparelsen er ved at vælge biobenzin og regneeksemplet viser, at man kan spare 123 kg CO₂ om året ved at skifte til biobenzin. Forudsætningerne for denne beregning er følgende:

- årlig kørsel: 20.000
 - CO₂ besparelse, bioethanol (sukkerrør): 80 %
- Energiindhold af ethanol: 64 % af benzin*
- kg CO₂ pr liter benzin: 2,36

Den angivne CO₂-besparelse på 80 % er ifølge Miljøstyrelsen et ca. tal, som bliver brugt for ethanol baseret på sukkerrør. Rapporten "Tank-to-Wheels" lavet af EU-kommissionens forskningscenter har et tal på ca. 85 % og EU-kommissionen har i VE Direktivet anvendt 74 % som typisk for sukkerrør.

Det pågældende regneeksempel relaterer sig ikke til Statoils produkt og det er Energistyrelsens opfattelse, at Statoil selv er ansvarlig for om ovenstående beregning passer på deres produkt eller ej.

..."

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. 827 af 26. august 2009 på sit møde den 7. oktober 2009 behandlet klagen og skal udtale:

Miljøbevægelsen NOAH har klaget til Radio- og tv-nævnet over reklamer for Statoils benzinprodukt "Bio95" sendt på TV 2 og Radio 100FM.

Klager anfører, at Statoils reklame for benzinproduktet "Bio95" lader produktet fremstå som miljøvenligt, uden at dette kan dokumenteres. Klageren påpeger derudover, at den mulige besparelse i CO₂-udledningen ved at tanke Bio95 ligger på få procent i forhold til almindelig benzin, og at en besparelse i denne størrelsesorden ikke berettiger til, at Bio95 kan markedsføres som et klimavenligt alternativ.

Klager er derfor af den opfattelse, at reklamerne er vildledende, og i øvrigt ikke opfylder kravet om, at reklamers indhold skal være hæderligt, sandfærdigt og udarbejdet med behørig social ansvarsfølelse.

Ifølge § 8, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn, skal reklame i radio og fjernsyn være lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig og være udformet med behørig social ansvarsfølelse.

Ifølge bekendtgørelsens § 8, stk. 2, skal reklamer være i overensstemmelse med markedsføringsloven og i øvrigt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

I henhold til § 3, stk. 1, i lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring, som ændret ved lov nr. 1547 af 20. december 2006, må erhvervsdrivende ikke anvende vildledende eller urigtige angivelser eller udelade væsentlige informationer, såfremt dette er egnet til mærkbart at forvride forbrugernes eller andre erhvervsdrivendes økonomiske adfærd på markedet. I henhold til forskriftens stk. 2 skal rigtigheden af angivelser om faktiske forhold kunne dokumenteres.

Indledningsvis skal Radio- og tv-nævnet bemærke, at klagen blev indgivet den 14. januar 2008. De påklagede reklamer har senest været udsendt hhv. 5. november 2007 og 17. september 2007. Klagefristen på fire uger i henhold til § 78, stk. 1, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, var dermed overskredet.

Radio- og tv-nævnet besluttede den 13. marts 2008 på baggrund af sagens principielle karakter og den tætte sammenhæng med den hos Forbrugerombudsmanden verserende klagesag indgivet af miljøorganisationen Nephentes, at tage sagen op af egen drift i henhold til radio- og fjernsynslovens § 78, stk. 2.

Forbrugerombudsmanden har i svar af 19. juni 2009 på Radio- og tv-nævnets høring i henhold til radio og fjernsynslovens § 34, stk. 2, 2. led ikke udtalt sig om, hvorvidt markedsføringsloven er overtrådt i de påklagede reklamer.

Nævnet afstår på denne baggrund fra en vurdering heraf, og tager i sin afgørelse kun stilling til sagen i lyset af reklamebekendtgørelsens bestemmelser.

Spørgsmålet er derfor, om reklamerne er lovlige, sømmelige, hæderlige og sandfærdige samt udformet med behørig social ansvarsfølelse i henhold til reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1.

De centrale, konkrete udsagn i tv-reklamen og radioreklamerne er, at der er tilsat 5 % bioethanol til benzinproduktet Bio95, at dette bevirker en besparelse i CO₂-udledningen og at det ikke er skadeligt for bilen at skifte mellem almindelig benzin og Bio95.

Statoil anfører i høringssvar af 26. marts 2008 blandt andet, at:

"I Bio95 er der iblandet 5 % brasiliansk etanol og med en CO₂ reduktion på ca. 85 % i forhold til konventionel benzin, opnås en CO₂ reduktion på en liter Bio95 på mere end 4 %. Det betyder, at der samlet set bliver udledt mindre CO₂ ved at benytte etanol i benzin."

Radio- og tv-nævnet lægger herefter til grund, at den faktuelle oplysning i reklamerne om, at produktet indeholder 5 % bio-ætanol, er korrekt.

Endvidere er Radio- og tv-nævnet på baggrund af det i sagen fra klager og Energistyrelsen i udtalelse af 30. april 2008 oplyste af den opfattelse, at det må anses for dokumenteret, at der foreligger en vis reducerende effekt i forhold til CO₂-udledningen ved at anvende bioethanol frem for almindelig

benzin. Den nøjagtige størrelse af denne effekt er efter det oplyste afhængig af de anvendte råstoffer og beregningsmetoder.

Oplysningerne i tv-reklamen og radioreklamerne om, at der ved anvendelse af Bio95 udledes mindre CO₂, samt at dette er bedre for miljøet, må derfor efter Nævnets vurdering anses for at være korrekte.

Nævnet lægger desuden til grund, at det er korrekt, at en skiftende anvendelse af Bio95 og almindelig benzin ikke er skadeligt for bilerne, samt at produktet ikke er dyrere end anden benzin.

I forhold til disse faktiske påstande i tv-reklamen og radioreklamerne reklamerne har Nævnet derfor ingen bemærkninger.

Radio- og tv-nævnet skal bemærke, der i tv-reklamen anvendes visuelle virkemidler som blomster og græs, der understreger reklamens udsagn om, at en anvendelse af produktet Bio95 indebærer en miljømæssig gevinst. Forbrugerombudsmanden har i udtalelsen af 19. juni 2009 blandt andet anført, at sådanne virkemidler kun må anvendes, såfremt en miljømæssig gevinst kan dokumenteres på et sikkert og korrekt grundlag.

Radio- og tv-nævnet er ikke af den opfattelse, at disse virkemidler kan antages at formidle seeren en fejlagtig opfattelse af størrelsesordenen af den miljømæssige gevinst af produktet Bio95. Nævnet lægger i den forbindelse særligt vægt på, at den faktisk korrekte oplysning om den tilsatte mængde af bioethanol formidles klart i teksten sidst i reklamen.

Nævnet finder herefter ikke, at tv-reklamen og to af radioreklamerne indeholder overtrædelser af reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1.

I forhold til den første af radioreklamerne skal Nævnet imidlertid udtale følgende:

Reklamen indledes med følgende udtalelse:

"Hos Statoil drømmer vi om en hverdag med mindre udslip af CO₂. Vi er nu nået 5 % af vejen."

Af de af Energistyrelsen og Statoil afgivne udtalelser fremgår det, at besparelsen i CO₂-udledingen ved bioethanol, uanset de anvendte råstoffer og den beregningsmetode der lægges til grund, aldrig er 100 %. Ved en tilsat mængde af 5 % til benzinproduktet kan besparelseeffekten derfor aldrig antages at udgøre hele 5 %.

Nævnet vurderer på denne baggrund, at udtalelsen "*Vi er nu nået 5 % af vejen*" ikke er korrekt, idet lytteren formidles det indtryk, at der ved anvendelse af Bio95 kan forventes en sikker miljømæssig gevinst af netop denne størrelsesorden.

Nævnet finder derfor, at denne radioreklame er i strid med reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1, idet den indeholder en påstand, der er usandfærdig.

På baggrund heraf har Radio- og tv-nævnet på sit møde den 7. oktober 2009 truffet følgende

AFGØRELSE:

Radioreklamen for Statoil sendt på Radio 100FM er i strid med § 8, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 912 af 25. september 2009 om reklame og sponsoring i radio og fjernsyn.

Nævnet har taget til efterretning, at den omtalte reklame ikke bliver sendt længere.

Christian Scherfig
formand

/ Ulrike Clade Christensen
nævnsssekretær

Afgørelse / Kopi sendt til:
TV 2|DANMARK A/S
Klager NOAH