

TV 2 DANMARK A/S  
Teglholms Allé 16  
2450 København SV

Att.: TV 2 Jura

Radio- og tv-nævnet

2. juli 2012

Sagsnr: 2012-008980

Maria Magelund Madsen  
Fuldmægtig, cand. jur.

mma@bibliotekogmedier.dk  
Direkte tlf.: 3373 3335

## **Klage over tv-reklame for Waoo! sendt på TV 2**

Finn Andersen har den 15. november 2011 klaget til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Waoo! sendt den 14. november 2011 på TV 2. Klager gør gældende, at teksten nederst i billedet vedrørende betingelser og eventuelle ekstraomkostninger, der gælder for det reklamerede tilbud, er for lille og vises i for kort tid.

Klager har anført følgende:

"...

*Der vises reklamer for Waoo og Toyota biler, hvor teksterne – "det med småt" – er så små, at man ikke kan læse dem, og de vises i så kort tid, at man heller ikke af den grund kan læse dem, og det kan være vigtige oplysninger, som man mister af begge begrundelser.*

*Det med småt er lavet med for små bogstaver og vises i så kort tid, at de af begge årsager, og hver for sig og samlet ikke kan nå at blive læst.*

..."

### **Beskrivelse**

TV 2 DANMARK A/S har som bilag til hørings svar af 6. december 2011 tilsendt Radio- og tv-nævnet en cd-rom med reklamen for Waoo!.

Reklamen varer ca. 30 sekunder.

Reklamen indledes med, at der vises tre spåkoner, som alle er spillet af samme skuespiller. Spåkonerne har hver deres spåkugle foran sig.

Den ene spåkone kigger i sin spåkugle og siger følgende:

*"Jeg ser lykkelige familier, der danser rundt, fordi deres internetforbindelse er lige så lynhurtig, som internetfirmaet har lovet dem."*

En anden spåkone svarer:

*"Internet med hastighedsgaranti? Den må du længere ud i fremtiden med, du må!"*

Herefter udbryder den tredje spåkone:

*"Nej! Det har jeg da allerede derhjemme. Det hedder Waoo!"*

Scenen varer ca. 15 sekunder. Herefter ses et billede af tre computere med orange skærme. På den midterste computer vises tallene "30/30", som flyver ud af computerskærmen og imod kameraet. Samtidig siger en speaker følgende:

*"Nemlig! Med Waoo 2 får du lynhurtigt fiberbredbånd med hastighedsgaranti. Lige nu får du 30/30 megabit plus telefoni til kun 169 pr. måned de første seks måneder. Se om du kan få Waoo på waoo.dk eller hos dit lokale energiselskab. Waoo – fremtiden fås nu."*

Alt imens ses følgende tekst i bunden af skærbilledet:

*"Heraf forsendelse 79,-. Normalpris 269,- pr. md. Vejledende priser. Bindingsperiode 6 mdr. Gælder alle, der ikke har modtaget internet, TV og/eller telefoni via fibernettet indenfor de seneste 6 mdr. Forudsætter adgang til fibernettet. I TDC fibernetsområder opkræves fiberleje på 99,- pr. md."*

Teksten vises i ca. 15 sekunder.

Efter visningen af de tre computerskærme med tallene "30/30", ses en boks med teksten "Waoo" samt et stort 2-tal. Herefter vises tillige en række tekster med forskellige skriftstørrelser og farver. Baggrunden er dekoreret med et mønster i en lysegrå farve. Boksen med teksten, de forskellige tekster i forskellige skriftstørrelser og mønstrene i baggrunden bevæger sig langsomt i skærbilledet.

I øverste højre hjørne af billedet vises samtidig med hvid skrift og på grøn baggrund følgende tekst:

*"Waoo!  
Hastighedsgaranti  
testdinhastighed.dk"*

I midten af billedet vises med stor sort og orange skrift og på hvid baggrund følgende tekst:

*"Wao! 2  
30/30 Mbit/s fiberbredbånd  
Telefoni 0,- abonnement  
Bestil inden 10.01.2012  
169,-  
pr. md. de første 6 mdr.  
Min. pris i 6 mdr. op til 1.113,-"*

Til højre i billedet vises følgende tekst med hvid skrift i en grøn taleboble:

*"Spar 600,-  
(100,- x 6 mdr.)"*

Teksterne ses i ca. 7 sekunder og erstattes afslutningsvist med et billede af en orange cirkel, hvori teksten "Wao!" er anført. Denne cirkel vises i ca. 3 sekunder og under cirklen vises teksten "Læs mere på wao.dk", som roterer og bliver til teksten "Fremtiden fås nu." Under hele reklamen spilles en munter melodi i baggrunden.

## **Høring**

### **TV 2 DANMARK A/S**

TV 2 DANMARK A/S har i høringssvar af 6. december 2011 anført følgende:

*"...*

*Radio- og TV-nævnet har ved brev af 16. november 2011 anmodet TV 2|DANMARK A/S om en udtalelse vedrørende lovligheden af en TV-reklame for Wao! – "Wao! 2".*

*Anledningen er en klage til nævnet fra Finn Andersen, som bl.a. mener, at reklamens pligtttekst står med for lille skrift og i for kort tid.*

*Reklamen indledes med en lille sketch, hvor Søren Østergaard spiller tre forskellige roller som henholdsvis spåkone og to kvinder, som er til en session hos spåkonen. De tre taler om internethastigheder, og den ene kvinderne oplyser, at hun har internet med garanteret hastighed fra Wao! derhjemme. Ca. 15 sekunder inde i filmen skiftes til et billede af tre computerskærme med teksten "30/30", som flyver ud mod seeren og ender som et billede af en æske med påskriften "Wao!" og et stort 2-tal. Ved siden af står der med stor skrift:*

*"Wao! 2  
30/30 Mbit/s fiberbredbånd*

Telefoni 0,- abonnement  
Bestil inden 10.01.2012  
169,-  
pr. md. de første 6 mdr.  
Min. pris i 6 mdr. op til 1.113,-"

Herudover ses en taleboble med teksten "Spar 600,- (100,- x 6 mdr.)"  
samt en firkant med teksten "Wao! Hastighedsgaranti. Testdinhastig-  
hed.dk".

Samtidig hermed vises en tekst i bunden af skærmen med følgende ind-  
hold:

"Heraf forsendelse 79,-. Normalpris 269,- pr. md. Vejledende priser. Bin-  
dingsperiode 6 mdr. Gælder alle, der ikke har modtaget internet, TV  
og/eller telefoni via fibernettet indenfor de seneste 6 mdr. Forudsætter  
adgang til fibernettet. I TDC fibernetsområder opkræves fiberleje på 99,-  
pr. md."

Til slut i spottet tilføjes en tekst med "Se mere på Wao.dk", og teksten  
flipper derefter rundt og ændres til "Fremtiden fås nu".

Undervejs hører man en speaker fortælle:

"Nemlig. Med Wao 2 får du lynhurtigt fiberbredbånd med hastighedsga-  
ranti. Lige nu får du 30/30 Mbit plus telefoni til kun 169 pr. måned de før-  
ste 6 måneder. Se om du kan få Wao på Wao.dk eller hos dit lokale  
energisekskab. Wao – fremtiden fås nu."

Samlet set optræder der i alt ca. 65 ord på skærmen i den periode, hvori  
selv den såkaldte pligttekst vises.

Ved vurderingen af reklamen har vi taget udgangspunkt i de tekstretnings-  
linier, som TV 2 har udarbejdet som en vejledning for annoncørerne ved  
udformning af pligt-tekster. Retningslinierne er lavet med baggrund i det  
tilsvarende regelsæt fra den britiske radio-/TV-myndighed Ofcom, og blev  
oprindelig tilsendt Radio- og TV-nævnets daværende formand Mogens  
Koktvedgaard til godkendelse. Retningslinierne kan ses på dette link:  
[http://tv2mediaforum.dk/files/tv2mediaforum.dk/Tekstvejledning\\_0.pdf](http://tv2mediaforum.dk/files/tv2mediaforum.dk/Tekstvejledning_0.pdf)

Som det fremgår af vejledningen, vil en tekst på 65 ord som udgangspunkt  
skulle stå på skærmen i ca. 15 sekunder.

Det er endvidere vores vurdering, at reklamens pligttekst kan læses af en  
seer placeret i almindelig afstand af et fjernsyn af gennemsnitlig størrelse,

*bl.a. fordi den står med sort skrift på en helt lys og ensfarvet baggrund. Samtidig gentages en del af oplysningerne i den medfølgende speak, hvilket burde øge forståelsen af selve pligtteksten.*

*Det er på denne baggrund TV 2|DANMARK A/S' vurdering, at reklamen ikke er i strid med forbuddet mod vildledning i § 3, stk. 1, i lov om markedsføring.*

*..."*

### **Wao!**

Wao! har i brev af 6. december 2011 anført følgende:

*"...*

*I henhold til brev modtaget fra Styrelsen for Bibliotek og Medier den 16. november 2011, fremsendes hermed svar på dette brev.*

*I forbindelse med udarbejdelse af Wao!'s TV-reklame har vi fulgt TV 2 reklames retningslinjer, hvad angår størrelse, tid og placering af pligttekster. Derudover har vi yderligere fremhævet informationer om tilbuddet i grafik og speak i reklamen for at lette forståelsen. Vi henviser til TV 2's retningslinjer på området.*

*..."*

### **Envision**

Envision har i brev af 6. december 2011 anført følgende:

*"...*

*I henhold til brev modtaget fra styrelsen for bibliotek og medier den 16. November 2011, fremsendes hermed svar og materialer på dette brev.*

*I forbindelse med udarbejdelse af TV-reklame for Wao! har vi fulgt TV 2 reklames retningslinjer, hvad angår størrelse, tid og placering af pligttekster. Derudover har vi yderligere fremhævet informationer om tilbuddet i grafik og speak i reklamen for at lette forståelsen. Vi henviser til TV 2's retningslinjer på området.*

*..."*

## **Forbrugerombudsmanden**

I henhold til § 38, stk. 2, 2. pkt., i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber, skal Radio- og tv-nævnet i sager af forbrugerretlig relevans indhente en udtalelse fra Forbrugerombudsmanden forinden afgørelse træffes.

Forbrugerombudsmanden har i udtalelse af 30. marts 2012 anført følgende til klagen:

“...

*Radio- og tv-nævnet har i brev af 16. december 2011 anmodet Forbrugerombudsmanden om en udtalelse i en klagesag vedrørende en tv-reklame for Waoos sendt den 14. november 2011 på TV 2.*

*Klageren har anført, at “teksterne – “det med småt” er så små, at man ikke kan læse dem, og de vises i så kort tid, at man heller ikke af den grund kan læse dem, og det kan være vigtige oplysninger, som man mister af begge begrundelser”.*

*Vi har gennemgået det fremsendte materiale og har følgende bemærkninger.*

### **Retsgrundlaget:**

*Det fremgår af markedsføringslovens § 1, at erhvervsdrivende skal udvise god markedsføringskik, og at markedsføring, der angår forbrugernes økonomiske interesser, ikke må være egnet til mærkbart at forvride deres økonomiske adfærd.*

*Markedsføringslovens § 1 har følgende ordlyd:*

*“Erhvervsdrivende omfattes af denne lov skal udvise god markedsføringskik under hensyntagen til forbrugerne, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser.*

*Stk. 2. Markedsføring, der angår forbrugernes økonomiske interesser, må ikke være egnet til mærkbart at forvride deres økonomiske adfærd.”*

*Det fremgår af markedsføringslovens § 3, stk. 1, at vildledende og utilbørlig markedsføring ikke må finde sted.*

Markedsføringslovens § 3 skal fortolkes i overensstemmelse med Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked (markedsføringsdirektivet), som blev implementeret i dansk ret ved lov nr. 1547 af 20. december 2006.

Markedsføringslovens § 3, stk. 1, har følgende ordlyd:

“Stk. 1. Erhvervsdrivende må 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.”

Overtrædelse af markedsføringslovens § 3, stk. 1, er strafbelagt, jf. lovens § 30, stk. 6, jf. stk. 3.

#### **Forbrugerombudsmandens vurdering:**

Reklamen for Waoos skal vurderes ud fra det helhedsindtryk, den er egnet til at give forbrugeren. I vurderingen af klagen er det derfor ikke tilstrækkeligt at vurdere den tekst, der er klaget over. Det må overvejes, om reklamen i sin helhed giver et rigtigt, balanceret og loyalt helhedsindtryk af de produkter, der markedsføres.

Reklamen indledes ved at vise tre spåkoner, alle spillet af Søren Østergaard, med hver deres spåkugle. Den ene siger: “Jeg ser lykkelige familier, der danser rundt, fordi deres internetforbindelse er lige så lynhurtig, som internetfirmaet har lovet dem”. En anden spåkone svarer: “Internet med hastighedsgaranti? Den må du længere ud i fremtiden med, du må!”. Herefter udbryder den tredje spåkone: “Nej! Det har jeg da allerede derhjemme. Det hedder Waoos.”

Ca. 15 sekunder inde i reklamen erstattes spåkonerne med billedet af tre computere med orange skærme, hvoraf en af disse viser tallene “30/30”. Et speak siger: “Nemlig. Med Waoos 2 får du lynhurtigt fiberbredbånd med hastighedsgaranti. Lige nu får du 30/30 megabit plus telefoni til kun 169 pr. måned de første seks måneder. Se om du kan få Waoos på waoos.dk eller hos dit lokale energiselskab. Waoos – fremtiden fås nu”. I mellemtiden flyver tallene ud af computerskærmen og imod kameraet, og en pakke med teksten “Waoos” og en række tekster med forskellige skriftstørrelser, farver og baggrunde vises. Boksen, teksterne og mønstrene i baggrunden er i bevægelse.

I øverste højre hjørne af billedet vises med hvid skrift og på grøn baggrund teksten:

*"Waaa!  
Hastighedsgaranti  
testdinhastighed.dk".*

*I midten af billedet vises med sort og orange skrift og på hvid baggrund  
teksterne:*

*"Waaa! 2  
30/30 Mbit/s fiberbredbånd  
Telefoni 0,- abonnement  
Bestil inden 30.11.2011"*

*og*

*"169,-  
Pr. md. de første 6 mdr.  
Min. pris i 6 mdr. 1.093,-\*"*

*Til højre i billedet vises med hvis skrift og i en grøn taleboble teksten:*

*"Spar 600,-  
(100,- x 6 mdr)".*

*Teksterne bliver efter ca. 7 sekunder erstattet af en orange cirkel med tek-  
sten "Waaa!". Denne vises i ca. 2 sekunder, og under cirklen vises teksten  
"Læs mere på waaa.dk", som roterer og bliver til teksten "Fremtiden fås  
nu". Gennem hele reklamen spilles filmmusik i baggrunden.*

*Samtidig med at spåkonerne erstattes med billedet af tre computere, og  
deres stemmer erstattes af et speak, vises teksten:*

*"\*Heraf forsendelse 79,-. Normalpris 269,- pr. md. Vejledende priser. Bin-  
dingsperiode 6 Mdr. Gælder alle, der ikke har modtaget internet, TV  
og/eller telefoni via fibernet de seneste 6 mdr. Forudsætter adgang til fi-  
bernettet. I TDC fibernetsområder opkræves fiberleje 99,- pr. md."*

*Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at de mange klip og effekter,  
der bruges fra det tidspunkt, teksten vises, fjerner fokus fra teksten. Ved  
at vise billeder, tekster og tal, der konstant er i bevægelse, og på samme  
tid afspille baggrundsmusik og et speak, tvinges seeren til at koncentrere  
sig om en række indtryk, mens teksten vises. Tekstens størrelse og place-  
ring nederst i billedet gør, at teksten er noget af det sidste, der fanger see-  
rens opmærksomhed. På grund af de mange øvrige indtryk, der kræver*



*koncentration, og som er mere iøjefaldende end teksten, kan seeren efter vores opfattelse ikke nå at opfatte tekstens indhold.*

*Bogstaverne har en størrelse, der gør teksten svær at læse, og teksten bliver vist i så kort tid, at seeren ikke kan nå at læse og opfatte den, og slet ikke, når seeren fokuserer på reklamens øvrige virkemidler som beskrevet ovenfor.*

*Tekstens indhold af forkortelser og tal gør det mere krævende at læse teksten, end hvis det var almindelig tekst.*

*Oplysningerne i teksten er efter Forbrugerombudsmandens opfattelse væsentlige oplysninger, som har afgørende betydning for forbrugernes vurdering af tilbuddet. Teksten indeholder blandt andet oplysninger om bindingsperiode og ekstraudgifter. Ingen af disse oplysninger fremhæves i andre tekster eller i reklamens speak. Tværtimod vises, mens teksten stadig står på skærmen, en pakke med Waoos logo, samtidig med at et speak og en stor tekst i midten af billedet fremhæver prisen på 169 kr. om måneden.*

*Af ovennævnte grunde er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at reklamen for Waoos er egnet til at give seerne opfattelsen af, at man kan få 30/30 megabit fiberbredbånd fra Waoos for 169 kr. om måneden uden andre omkostninger og betingelser, uagtet dette ikke er tilfældet.*

*Oplysningerne om blandt andet bindingsperiode og ekstraudgifter præsenteres på en sådan måde, seeren næppe vil opfatte disse, hvorved seeren får et umiddelbart indtryk af tilbuddet, der ikke stemmer overens med tilbuddets reelle indhold.*

*Af markedsføringsdirektivets artikel 6, stk. 1, fremgår, at:*

*“En handelspraksis betragtes som vildledende, hvis den indeholder urigtige oplysninger og derfor er usandfærdig eller f.eks. i kraft af sin generelle fremstillingsform vildleder eller kan forventes at vildlede en gennemsnitsforbruger, selv om oplysningerne er faktisk korrekte, med hensyn til et eller flere af følgende elementer og under alle omstændigheder foranlediger eller kan forventes at foranledige ham til at træffe en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet:*

*...*

*b) de væsentligste egenskaber ved produktet, såsom det omfang i hvilket det står til rådighed, dets fordele, risici, udførelse, sammensætning, tilbehør...*

d) prisen eller den måde, hvorpå prisen beregnes, eller en særlig prismæssig fordel.

Af direktivets artikel 7, stk. 1, fremgår, at:

*“En handelspraksis betragtes som vildledende, hvis den i sin faktuelle sammenhæng, idet der tages hensyn til alle elementer og forhold og begrænsningerne ved kommunikationsmediet, udelader væsentlige oplysninger, som gennemsnitsforbrugeren har behov for i den pågældende situation for at træffe en informeret transaktionsbeslutning, og derved foranlediger gennemsnitsforbrugeren eller kan forventes at foranledige denne til at træffe en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet.”*

Af bestemmelsens stk. 2 fremgår, at:

*“Det betragtes også som en vildledende udeladelse, hvis en erhvervsdrivende, skjuler eller på en uklar, uforståelig, dobbeltydig eller uhensigtsmæssig måde præsenterer væsentlige oplysninger, jf. stk. 1 og under hensyntagen til elementerne i dette stykke...”*

Af artikel 7, stk. 4 fremgår, at som væsentlige oplysninger ved opfordring til køb anses blandt andet produktets vigtigste karakteristika (litra a), samt prisen inklusive afgifter (litra c).

Af forarbejderne til markedsføringslovens § 3, stk. 1, (Lovforslag L 2 fremsat den 4. oktober 2006, Folketingstidende 2006/2007, Tillæg A, s.2), fremgår blandt andet, at:

*“Der vil også være tale om vildledning, såfremt de oplysninger, som gives i markedsføringen, er faktisk korrekte, men de gives på en måde, som i kraft af den generelle fremstillingsform, vildleder eller er egnet til at vildlede. Som eksempel kan nævnes markedsføring, som umiddelbart giver den, som markedsføringen er rettet imod indtryk af, at der er særlige fordele knyttet til en vare eller tjenesteydelse, men hvor man ved en nøje gennemlæsning af annoncen kan konstatere, at dette ikke er tilfældet.”*

Det fremgår desuden, at:

*“Udeladelserne kan bestå i, at den erhvervsdrivende skjuler væsentlig information eller præsenterer den på en uklar, uforståelig, dobbeltydig eller i øvrigt uhensigtsmæssig måde. I vurderingen af, om der er tale om en væsentlig udeladelse, skal der dog tages hensyn til den sammenhæng, hvori markedsføringen forekommer, herunder alle forhold og begrænsninger, som er knyttet til det anvendte kommunikationsmiddel. Samtidig vil der skulle tages hensyn til eventuelle foranstaltninger, som den erhvervs-*

*drivende har truffet for at gøre oplysninger tilgængelige i andre former for markedsføring. Der kan dog være visse essentielle oplysninger, som det under alle omstændigheder vil være vildledende at udelade selv ved reklamering i medier med begrænsninger i tid og rum. Den endelige afgørelse af, om der foreligger en overtrædelse vil, som hidtil, bero på en konkret vurdering af den specifikke markedsføring.”*

*Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse vil en forbrugers beslutning om at kontakte Waoo på baggrund af reklamerne være transaktionsbeslutninger omfattet af direktivets artikel 6 og 7 og dermed markedsføringslovens § 3, stk. 1, jf. markedsføringsdirektivets artikel 2, litra k, og punkt 2.1.1. i Kommissionens uofficielle vejledning til markedsføringsdirektivet, som dog ikke er bindende for medlemsstaterne eller EU-domstolen.*

*Det er efter bestemmelsen i markedsføringslovens § 3, stk. 1, tilstrækkeligt, at vildledende markedsføring er ”egnet til mærkbart at forvride forbrugers økonomiske adfærd på markedet”.*

*Forbrugeren behøver således ikke at købe, for at den vildledende markedsføring er omfattet af bestemmelsen, jf. også punkt 2.1.2 og 2.1.3 i Kommissionens vejledning.*

*På den baggrund er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at reklamen præsenterer væsentlig information på en så uhensigtsmæssig måde, at reklamen er i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringskik og markedsføringslovens § 3 om vildledende og utilbørlig markedsføring, jf. markedsføringsdirektivets artikel 6, stk. 1, litra b og d, og markedsføringsdirektivets artikel 7.*

*Det bemærkes, at det efter vores opfattelse ikke er tilstrækkeligt, at der i reklamen henvises til waoo.dk.*

*...”*

### **Radio- og tv-nævnets vurdering**

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 988 af 6. oktober 2011, på sit møde den 26. juni 2012 behandlet sagen og skal udtale:

Finn Andersen har den 15. november 2011 klaget til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Waoo! sendt den 14. november 2011 på TV 2. Klager gør gældende, at teksten nederst i billedet vedrørende betingelser og eventuelle ekstraomkostninger, der gælder for det reklamerede tilbud, er for lille og vises i for kort tid.

I henhold til § 8, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber, skal reklame i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester, som al anden reklame, bl.a. være lovlig. Efter bestemmelsens stk. 2, skal reklamer være i overensstemmelse med markedsføringsloven og i øvrigt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

Det følger af § 1, stk. 1, i lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring, som senest ændret ved lov nr. 364 af 13. maj 2009, at erhvervsdrivende omfattet af denne lov skal udvise god markedsføringsskik under hensyntagen til forbrugerne, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser. Efter bestemmelsens stk. 2, må markedsføring, der angår forbrugernes økonomiske interesser, ikke være egnet til mærkbart at forvride deres økonomiske adfærd.

Endvidere følger det af markedsføringslovens § 3, stk. 1, at erhvervsdrivende ikke må 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.

Spørgsmålet er, om tv-reklamen for Waoo! er vildledende og egnet til mærkbart at forvride forbrugernes økonomiske adfærd.

I henhold til udtalelse af 30. marts 2012 er det Forbrugerombudsmandens vurdering, at reklamen for Waoo! er i strid med markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik og markedsføringslovens § 3, stk. 1 om vildledende og utilbørlig markedsføring, jf. markedsføringsdirektivets artikel 6, stk.1, litra a og b om vildledende handlinger, og markedsføringsdirektivets artikel 7 om vildledende udeladelser.

TV 2 DANMARK A/S har i høringsvar af 6. december 2011 oplyst, at det ifølge stationens interne tekstvejledning fremgår, at en tekst på 65 ord som udgangspunkt skal stå på skærmen i ca. 15 sekunder.

TV 2 DANMARK A/S oplyser endvidere, at det er stationens vurdering, at reklamens pligttekst kan læses af en seer placeret i almindelig afstand af et fjernsyn af gennemsnitlig størrelse, bl.a. fordi den står med sort skrift på en helt lys og ensfarvet baggrund. Samtidig er det TV 2 DANMARK A/S's opfattelse, at det bør øge forståelsen af selve pligtteksten, at en del af oplysningerne herfra gentages i den medfølgende speak.

Radio- og tv-nævnet skal bemærke, at vurderingen af, hvorvidt tekstoplysninger i en reklame er i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens og markedsføringslovens regler, er afhængig af den konkrete reklamens udformning i sin helhed, herunder reklamens øvrige elementer og virkemidler.

Ca. 15 sekunder inde i reklamen vises følgende tekst i bunden af skærmbilledet:

*"Heraf forsendelse 79,-. Normalpris 269,- pr. md. Vejledende priser. Bindingsperiode 6 mdr. Gælder alle, der ikke har modtaget internet, TV og/eller telefoni via fibernettet indenfor de seneste 6 mdr. Forudsætter adgang til fibernettet. I TDC fibernetsområder opkræves fiberleje på 99,- pr. md."*

Teksten vises i ca. 15 sekunder. Samtidig vises der billeder, tekster og tal i forskellige farver, som relaterer sig til tilbuddet, og som hele tiden er i bevægelse, ligesom der afspilles speak og baggrundsmusik. Der er således mange indtryk på samme tid, som seeren skal koncentrere sig om. Endvidere er teksten placeret i bunden af skærmbilledet i en forholdsvis lille skriftstørrelse. Det er på den baggrund Nævnets opfattelse, at de mange øvrige indtryk i reklamen fjerner seerens fokus fra teksten i bunden af skærmbilledet, således at seeren ikke kan nå at opfatte tekstens indhold.

TV 2 DANMARK A/S anfører i høringssvaret, at en del af oplysningerne fra pligtteksten gentages af en speaker, og at dette bør øge forståelsen af selve pligtteksten.

Oplysningerne i teksten vedrører som nævnt bindingsperiode, ekstraudgifter og krav om adgang til fibernettet. Derimod lyder speaken som følger:

*"...Med Wao 2 får du lynhurtigt fiberbredbånd med hastighedsgaranti. Lige nu får du 30/30 megabit plus telefoni til kun 169 pr. måned de første seks måneder. Se om du kan få Wao på wao.dk eller hos dit lokale energiselskab. Wao – fremtiden fås nu."*

Samtidig vises en pakke med Wao!'s logo i venstre side af billedet, mens det i højre side af billedet angives med fed orange skrift, at prisen er 169 kr. Under prisen er det endvidere angivet med lidt mindre sort skrift, at prisen er pr. måned de første 6 måneder.

Radio- og tv-nævnet er af den opfattelse, at reklamens mundtlige udsagn om, at prisen er "169 kr. de første seks måneder" sammenholdt med den skriftlige oplysning om, at prisen på 169 kr. er pr. måned de første 6 måneder, kan gennemskues af en gennemsnitsseer som en oplysning om bin-

dingsperiode. Derudover indikerer det mundtlige udsagn *”Se om du kan få Waoo på waoo.dk eller hos dit lokale energiselskab”* for seeren, at der kan være visse begrænsninger i, hvem der kan modtage Waoo fiberbredbånd. Disse oplysninger udgør imidlertid kun en del af oplysningerne i teksten i bunden af skærmbilledet.

Det fremgår således ikke af reklamens speak, at adgangen til Waoo fiberbredbånd kun gælder for dem, der ikke har modtaget internet, TV og/eller telefoni via fibernettet indenfor de seneste 6 måneder, samt at der er ekstraomkostninger for TDC fibernetsområder.

Der forekommer således ikke speak for en del af oplysningerne i teksten, og idet disse ikke fremhæves på anden vis i reklamen, er det Nævnets vurdering, at reklamen for Waoo! er egnet til at give seeren opfattelsen af, at alle kunder kan få 30/30 megabit fiberbredbånd fra Waoo! for 169 kr. om måneden i de første seks måneder uden andre omkostninger og betingelser, uanset dette ikke er tilfældet.

Det følger af Nævnets praksis, at der skal være en balance mellem en reklames hovedbudskab og begrænsningerne i de vilkår, der gælder for det reklamerede produkt. Det er Nævnets opfattelse, at dette er særlig væsentligt, når der er tale om ekstraomkostninger og begrænsninger som i den foreliggende sag. Det er tillige Nævnets vurdering, at der i en reklame for et produkt som det foreliggende skal oplyses klart om, at der er begrænsninger m.v., idet der er tale om oplysninger af afgørende betydning for seerens vurdering af tilbuddet.

Eftersom det med speak og tekst bliver særskilt fremhævet, at alle kan få 30/30 megabit fiberbredbånd for 169 kr. om måneden i de første seks måneder, bør reklamen derfor i tydeligere omfang end tilfældet er gøre seeren opmærksom på, at tilbuddet er forbundet med eventuelle ekstraomkostninger og begrænsninger.

Yderligere vises oplysningerne i teksten i ca. 15 sekunder sammen med en lang række bevægelige billeder, tekster og tal, som er i forskellige iøjnefaldende farver. Den samlede præsentation af oplysningerne i reklamen sker således efter Nævnets vurdering på en sådan måde, at seeren ikke kan nå at læse og opfatte tilbuddets reelle indhold.

Radio- og tv-nævnet finder således, at reklamen for Waoo! er vildledende og dermed i strid med markedsføringslovens § 1 og § 3, stk. 1, og reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1 og 2.

På baggrund af ovenstående har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

### **AFGØRELSE:**

Tv-reklamen for Waoo! sendt den 14. november 2011 på TV 2 er i strid med markedsføringslovens § 1 og § 3, stk. 1, i lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring, som senest ændret ved lov nr. 364 af 13. maj 2009, og reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 1 og 2, i bekendtgørelse nr. 338 af 16. april 2011 om reklamer og sponsorering m.v. i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber.

Christian Scherfig  
formand

/Maria Magelund Madsen  
nævnsssekretær

### **Kopi til:**

Forbrugerombudsmanden  
Klager, Finn Andersen