



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 31/2014

Auglýsingar mbl.is um vinsældir vefsins

I.

Erindið

Með bréfi 365 miðla ehf. til Neytendastofu, dags. 28. febrúar 2013, var kvartað yfir ólögmætri háttsemi Árvakurs hf. sem brjóti gegn lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Árvakur reki vefsvæðið mbl.is sem sé í samkeppni við visir.is sem rekið sé af 365 miðlum. Þann 11. febrúar 2013 hafi Árvakur hafið auglýsingaherferð sem byggist á fullyrðingum um vinsældir vefsvæðisins mbl.is. 365 miðlar telji efni auglýsinganna rangt og ólögmætt og sett fram í þeim tilgangi að blekkja neytendur. Auglýsingaherferð Árvakurs hafi hafist 11. febrúar 2013 eftir að Samtök vefiðnaðarins völdu visir.is besta fréttu- og afþreyingarvef landsins.

Þess sé krafist að Neytendastofa grípi til viðeigandi ráðstafana gagnvart Árvakri og leggi bann við birtingu auglýsinganna, enda feli þær í sér brot gegn ákvæðum laga nr. 57/2005. Um sé að ræða þrjár gerðir auglýsinga sem birtar hafa verið samtals á fjórum miðlum.

Fyrsta auglýsingin sem kvörtunin lúti að sé lesin útvarpsauglýsing á Rás 1 og Rás 2. Hinn lesni texti hljóði svo: „100 þúsund fleiri Íslendingar lesa mbl.is en visir.is. Íslendingar lesa mbl.is“

Modernus, sem sé deild innan Internet á Íslandi hf., annist vefmælingar helstu vefsvæða á Íslandi og birti niðurstöður mælinga á vefsvæðinu veflistinn.is. Engar upplýsingar sé þar að finna um vefsvæðið mbl.is fyrir 3., 4., og 5. viku ársins 2013 en sé tekið meðaltal af 1., 2. og 6. viku (þ.e. þeim vikum fyrir birtingu auglýsinganna þar sem tölur um báða vefi liggja fyrir) koma út að notendur mbl.is hafi verið 371.458, innlit 2.197.334 og flettingar hafi verið 11.152.514. Fyrir sama tímabil hafi notendur visir.is verið 297.291, innlit 1.455.329 og flettingar 6.317.474.



Ekki sé hægt að líta svo á að flokkurinn *notendur* jafngildi Íslendingum, eins og Árvakur byggir á. Notendafjöldi *mbl.is* sé meiri en heildarfjöldi Íslendinga, en fyrir liggi að hluti þeirra noti ekki tölvur, s.s. ungabörn og langveikir. Ætla megi að daglegir notendur á fréttamiðlum séu í kringum 220.000 manns. Það sé því fjarstæða að segja notendur vera ríflegan fjölda Íslendinga þegar þýðið sjálft sé einfaldlega miklu minna. Ómögulegt sé að skilja hvaðan þessi tala um notendur komi en hvergi sé hægt að finna tölfræði til staðfestingar þessari framsetningu. Hún sé því röng og sett fram í þeim tilgangi að blekkja neytendur.

Mæling sé framkvæmd með svokölluðum vafrakökum. Þannig geti einn Íslendingur talist margir notendur heimsæki hann vefsvæði með mismunandi vöfrum í sömu tölvu eða í mismunandi tölvum (þar með talið snjallsímum og borðtölvum). Af þeim sökum telji 365 miðlar ljóst að í fyrsta lagi sé ekki hægt að fullyrða um fjölda Íslendinga sem lesi tiltekna vefsíður samkvæmt fyrirliggjandi gögnum og staðhæfingar um slíkt í auglýsingum verði því að líta á sem ósannindi og í öðru lagi sé mismunur á notendafjölda *mbl.is* og *visir.is* augljóslega langt innan við 100.000.

Að meðaltali hafi verið 106.404 daglegir notendur á *visir.is* í 7. viku árið 2013 en 140.109 á *mbl.is* í sömu viku. Þar af leiðandi séu að meðaltali 33.705 fleiri „gestir“ sem noti *mbl.is* en ekki 100.000 þúsund fleiri Íslendingar, eins og segi í auglýsingunni. Hún sé því röng og villandi.

Rétt sé að vekja athygli á því að hægt sé að kaupa þjónustu til að hafa áhrif á gestafjölda og megi benda á vefsíðuna *buybulkvisitor.com*. Í þessu felist ekki ásökun á hendur Árvakri að beitt sé slíkum meðölum.

365 miðlar telji ljóst að Árvakur hafi með því að láta birta tilvitnaða auglýsingu brotið gegn 5. gr., 2. og 4. mgr. 6. gr., 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005.

Önnur auglýsingin sem Árvakur birti sé einnig lesin útvarpsauglýsing á Rás 1 og Rás 2 en texti hennar sé eftirfarandi: „*Lestur á mbl.is er tvöfalt meiri en á visir.is. Íslendingar lesa mbl.is*“

Með vísan til sömu gagna og vitnað hafi verið í hér að framan telji 365 miðlar staðhæfinguna í auglýsingunni ranga. Líklegt verði að telja að með orðinu *lestur* sé í auglýsingunni vitnað til flettingafjölda vefsvæðanna, en fyrirliggjandi gögn sýni að flettingar *mbl.is* séu ekki tvöfalt fleiri en flettingar á *visir.is*. Þá geri 365 miðlar athugasemd við notkun orðsins *lestur* í því samhengi enda teljist það t.a.m. fletting þegar notandi opni síðu á vefsvæði til að skoða mynd á síðunni en það geti augljóslega ekki flokkast undir *lestur*. Af þeim ástæðum og eftir atvikum þess sem að framan sé greint frá telji 365 miðlar ljóst að Árvakur hafi með birtingu tilvitnaðrar auglýsingar einnig brotið gegn þeim lagaákvæðum sem þegar hafi verið tilgreind.



Þriðja gerð auglýsinga sem kvörtunin lúti að varði myndrænar auglýsingar sem birtar hafi verið í Morgunblaðinu og á vefsvæðinu mbl.is og innihaldi slagorðin „15 ár á toppnum“ og „Vinsælastur í 15 ár“. Samhliða auglýsingunum séu sett fram skífurit sem ætluð séu til að sýna vinsældir vefsvæðisins mbl.is miðað við nokkur önnur vefsvæði. 365 miðlar telji þessar auglýsingar ekki verða skildar öðruvísi en svo að með þeim sé staðhæft að vefsvæði mbl.is hafi verið vinsælasta vefsvæðið í 15 ár samfellt.

Á vefsvæðinu www.datamarket.com sé að finna samantekt mælinga á umferð á vefsvæðum en upplýsingarnar séu fengnar frá Internet á Íslandi. Þar megi sjá að visir.is hafi á sl. fimmtán árum ítrekað mælst með meiri gestafjölda og einnig með fleiri flettingar heldur en mbl.is.

Auk þess sem vefsvæðið visir.is hafi mælst á tímum vinsælla heldur en mbl.is hafi vefsvæðið www.eveonline.com sem rekið sé af CCP hf. margsinnis mælst með meiri gestafjölda heldur en mbl.is en eveonline.com hafi á árunum 2007-2009 verið vinsælasti íslenski vefurinn samkvæmt árslista Modernus.

Hinar samræmdu mælingar Internets á Íslandi nái aftur til ársins 2001 en staðhæfingar Árvakurs um vinsældir mbl.is nái aftur til ársins 1998. Samkvæmt upplýsingum af vefsíðu mbl.is var vefurinn fyrst opnaður árið 1998. Með auglýsingunni sé því haldið fram að strax við opnun vefsvæðisins hafi það verið vinsælasta vefsvæði landsins, sem vitaskuld standist ekki, auk þess hafi visir.is stundum verið vinsælli en mbl.is frá árunum 1998 og 1999 eins og kannanir frá þessum tíma staðfesti.

Fullyrðingar í auglýsingum verði fyrirtæki að geta fært sönnur á skv. 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. 365 miðlar telji að Árvakri sé ekki aðeins ófært um að færa sönnur á fullyrðingar þær sem settar séu fram í auglýsingunum heldur hafi 365 miðlar sannað hið gagnstæða með framlagningu gagna og því beri að taka kröfur 365 miðla til greina.

Af þeim sökum telji 365 miðlar að Árvakur hafi með birtingu auglýsinganna brotið gegn 5. gr., 2. og 4. mgr. 6. gr., 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005.

Að auki bendi 365 miðlar á það að auk þeirra þriggja auglýsinga sem nefndar hafi verið hafi sambærilegar auglýsingar verið birtar af Árvakri á undanförunum vikum. Þó ekki hafi verið gerð grein fyrir öðrum auglýsingum telji 365 miðlar að tilefni sé til sjálfstæðrar athugunar Neytendastofu á auglýsingaherferð Árvakurs.

365 miðlar telji að um gróft brot Árvakurs sé að ræða og að hinar ósönnu fullyrðingar hafi verið settar fram með fullum ásetningi og sérstaklega 365 miðlum til höfuðs.



Þess sé krafist að Neytendastofa grípi til aðgerða og stoppi nú þegar birtingu umræddra auglýsinga og að Árvakri verði gerð harðasta refsing sem viðurlög leyfi.

II.

Málsmeðferð

1.

Með bréfi Neytendastofu, dags 21. mars 2013, var Árvakri hf. sent erindi 365 miðla til umsagnar. Svar Árvakurs barst með bréfi, dags 24. apríl 2014. Í bréfinu segir að Árvakur hafni öllum fullyrðingum og málsástæðum 365 miðla sem ósönnuðum og efnislega röngum. Árvakur telji sérstaka ástæðu til að mótmæla, auk framangreinds, þeirri fullyrðingu að efni auglýsinganna sé rangt og ólöglegt og að þær séu settar fram í þeim tilgangi að blekkja neytendur. Telja verði að 365 miðlar beri alfarið sönnunarbyrði fyrir slíkum ásökunum en þeim sé hafnað sem röngum.

Í kaflanum um útvarpsauglýsingar, í kvörtun 365 miðla, taki fyrstu tveir hlutar kvörtunarinnar til útvarpsauglýsinga sem birtust á Rás 1 og 2, en þær hafi falið í sér upplestur á neðangreindu efni: „100 þúsund fleiri Íslendingar lesa mbl.is en visir.is. Íslendingar lesa mbl.is“ og „Lestur á mbl.is er tvöfalt meiri en á visir.is“.

Rétt sé að taka fram að þessar útvarpsauglýsingar hafi verið sendar til lestrar hjá Ríkisútvarpinu fyrir mistök. Þær hafi verið teknar úr birtingu um leið og Árvakri hafi verið það ljóst og þær ekki verið birtar síðan.

Þrátt fyrir þau mistök, sem fólust í birtingunni, hafni Árvakur því sem röngu að auglýsingarnar hafi verið birtar í því skyni að blekkja neytendur. Umræddar auglýsingar hafi verið fluttar í Ríkisútvarpinu daganna 19.-22. febrúar 2013. Í ljósi þess að birtingu þeirra hafi verið hætt hinn 22. febrúar 2013 og þess að þær muni ekki verða birtar í framtíðinni telji Árvakur að ekki sé unnt að fallast á kröfu 365 miðla um að Neytendastofa leggi bann á birtingu þeirra. Auglýsingarnar séu ekki í birtingu og muni ekki verða birtar oftari. Þegar af þeirri ástæðu beri að hafna kröfu 365 miðla hvað þennan þátt málsins varði.

Í bréfi 365 miðla sé því ranglega haldið fram að „auglýsingarherferð“ Árvakurs, undir slagorðinu „15 ár á toppnum“ hafi hafist þann 11. febrúar 2013 í kjölfar þess að Samtök vefiðnaðarins (SVEF) veittu visir.is verðlaun. Þá sé látið að því liggja að markmið Árvakurs með auglýsingunum hafi verið að bregða fæti fyrir 365 miðla. Árvakur hafni alfarið þessum málalátunum sem röngum og ósönnuðum.



Hið rétta sé að ástæða fyrir birtingu auglýsingar Árvakurs undi nefndri fyrirsögn hafi verið sú að 15 ár hafi verið liðin frá því að fréttavefurinn mbl.is hóf starfsemi sína. Fyrsta auglýsingin hafi birst 2. febrúar til að vekja athygli á þessum áfanga og þakka lesendum fréttavefjarins og öðrum fyrir samfylgdina á tímabilinu. Fullyrðing auglýsinganna um að mbl.is hafi verið „15 ár á toppnum“ sé byggð á opinberum mælingum frá Modernus frá árinu 2001 og notuð séu gögn úr árslistum þeirra mælinga.

Í kvörtun sinni haldi 365 miðlar því fram að „*auglýsingar þessar verði ekki skildar öðruvísi en svo að með þeim sé staðhæft að vefsvæðið www.mbl.is hafi verið vinsælasta íslenska vefsvæðið í 15 ár samfellt.*“ Árvakur hafni því alfarið að þetta sé fullyrt í nefndri auglýsingu og vísi til þess að í hinni umkvörtuðu auglýsingu séu sýnd kökurit sem sýni umferð á mbl.is, visir.is og dv.is. Skilja beri ofangreinda fullyrðingu í ljósi þessarar framsetningar auglýsinganna.

Með vísan til framangreinds sé fullyrðingum 365 miðla um að umrædd auglýsingarherferð hafi verið gerð til þess að bregða fæti fyrir félagið alfarið hafnað.

Í kvörtun 365 miðla sé því haldið fram að á vefsvæðinu datamarket.com sé að finna samantekt mælinga á vefsvæðum en upplýsingarnar séu fengnar frá Internet Ísland. 365 miðlar hafi ekki útskýrt af hverju félagið hafi kosið að nota upplýsingar frá þessari vefsíðu þegar ljóst sé að allar þær upplýsingar sem þar séu birtar séu fengnar frá Internet á Íslandi en Árvakur hafi í auglýsingum notað upplýsingar úr samræmdum vefmælingum Modernus/Internet á Íslandi við mat á því hvort unnt sé að fullyrða um vinsældir vefmiðilsins mbl.is.

Að teknu tilliti til þess að í auglýsingunni sé ekki vísað til eveonline.com sé ekki unnt, að mati Árvakurs, að bera saman sérstaklega gestafjölda milli mbl.is og eveonline.com. Um sé að ræða tvo aðila sem starfi á ólíkum mörkuðum. Þannig sé mbl.is fréttamiðill sem ætlaður sé íslenskum notendum en eveonline.com sé erlend leikjasíða. Þá sé mbl.is vistuð á Íslandi en eveonline.com í Bandaríkjunum, sbr. landstilgreingingin .is og .com. Þá beri að geta þess að rúmlega 80% af heildarumferð á mbl.is sé innlend umferð. Til samanburðar sé umferð frá Íslandi á eveonline.com ekki nema 0,4% af allri umferð á vefinn. Af þessu leiði að fráleitt sé að bera saman gestafjölda á þessum tveimur vefjum líkt og gert sé í kvörtun 365 miðla.

Til marks um það hversu órökrétt það sé að mæla umferð hins erlenda vefjar eveonline.com beri að benda á að eigandi nefnds vefsvæðis ákvað að binda enda á þátttöku sína í vefmælingum á Íslandi. Ástæðan muni vera sú að það þjóni engum tilgangi að mæla umferð á erlendum vef á Íslandi þegar umferð frá Íslandi nemi 0,4% af allri umferð á vefinn. Þaðan af síður hafi það þýðingu að bera saman umferð á vefina eveonline.com og mbl.is



Í kvörtun 365 miðla um samanburð á vinsældum mbl.is og visir.is sé því haldið fram að Árvakur hafi við birtingu auglýsinganna „15 ár á toppnum“ brotið gegn a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Árvakur hafni því alfarið. Samkvæmt greininni séu samanburðarauglýsingar allar þær auglýsingar þar sem beint eða óbeint sé vísað til keppinautar eða vöru eða þjónustu sem keppinautur bjóði. Slíkar auglýsingar séu leyfðar að uppfylltum ákveðnum skilyrðum sem tiltekin séu í 2. mgr. greinarinnar. Árvakur telji að nefndar auglýsingar uppfylli þau skilyrði undantekningalaust.

Í þeim efnum byggir Árvakur á því að mbl.is hafi á tímabilinu 1998-2013 ávallt fengið til sín meiri umferð á nefndu tímabili samanborið við visir.is. Styðjist Árvakur þar við tölur á ársgrundvelli frekar en vikulegar mælingar. Þar sem samræmdar vefmælingar hafi ekki hafist hér á landi fyrr en árið 2001 liggi umferðartölur árána 1998-2000 ekki fyrir. Aftur á móti hafi Gallup framkvæmt fjölmiðlakönnun á þessu tímabili sem styðji þá fullyrðingu að mbl.is hafi fengið fleiri heimsóknir samanborið við visir.is.

Þá vísi Árvakur til fréttar sem hafi birst á visir.is þann 1. mars 2005 en þar segi „*fjöldi notenda visis.is mælist nú í fyrsta sinn meiri en fjöldi þeirra sem nota mbl.is á einni viku samkvæmt mælingu samræmdrar vefmælingar Modernusar.*“ Samkvæmt þeirri frétt hafi visir.is aldrei fyrr haft fleiri vikulega notendur en mbl.is. Í sömu frétt hafi einnig komið fram að þrátt fyrir að visir.is hafi í fyrsta sinn haft fleiri vikulega notendur en mbl.is hafi vefsíðan engu að síður ekki náð mbl.is í fjölda innlita og flettinga.

Hvað árin 2000-2012 varði vísist til opinbers árslista Modernus. Samkvæmt þeim árslistum hafi mbl.is frá upphafi mælinga fengið til sín meiri umferð en visir.is. Þetta eigi við hvort sem litið sé til fjölda notenda, fjölda innlita eða fjölda flettinga, sbr. neðangreinda töflu:

Ár	NOTENDUR			INNLIT			FLETTINGAR		
	mbl.is	visir.is		mbl.is	visir.is		mbl.is	visir.is	
2001	73.154			357.594			1.135.373		
2002	100.049	31.506	218%	568.872	120.500	372%	188.899	398.279	374%
2003	129.164	50.833	154%	740.733	187.188	298%	2.550.339	773.160	230%
2004	154.543	58.814	163%	957.306	211.930	347%	4.634.819	1.473.281	215%
2005	175.181	169.758	3%	1.293.015	790.696	64%	8.785.211	7.858.959	12%
2006	218.722	207.998	5%	1.692.193	1.137.082	49%	13.041.186	10.290.136	27%
2007	257.246	228.455	13%	1.978.607	1.222.961	62%	15.841.865	10.855.128	46%
2008	300.315	227.911	32%	2.482.093	1.444.066	72%	17.656.840	10.478.117	69%
2009	327.303	240.012	36%	2.637.042	1.547.922	70%	14.027.622	9.728.476	44%
2010	361.548	268.511	35%	2.485.671	1.600.401	55%	12.315.552	8.408.319	46%
2011	368.308	277.995	32%	2.273.088	1.464.234	55%	11.113.092	7.974.453	39%
2012	366.417	279.665	31%	2.147.987	1.408.435	53%	10.892.072	6.119.209	78%



Af framansögðu sé ljóst að vefmiðill Árvakurs, mbl.is, hafi notið sérstöðu á íslenskum vefmiðlamarkaði, en hann hafi öll undanfarin ár fengið meiri umferð en sinn helsti keppinautur og auglýsingarnar því ekki til þess fallnar að villa um fyrir lesendum. Af þeim sökum feli birting auglýsingar með fyrirsögninni „15 ár á toppnum“ og kökuritum sem sýni samanburð við visir.is og dv.is ekki í sér brot gegn lögum nr. 57/2005.

Hvað varði samanburð á síðuflettingum á einstökum vefhlutum mbl.is, visir.is og öðrum fréttamiðlum sem birtust í hluta auglýsinganna telji Árvakur ljóst að uppsetning og efni þeirra sé ekki til þess fallið að villa um fyrir lesendum. Um sé að ræða einfaldan samanburð sem byggir á ákveðnum forsendum sem skýrt komi fram í viðkomandi auglýsingum. Þá sé ekki á nokkurn hátt vegið að né heldur kastað rýrð á þjónustu og vörumerki 365 miðla, visir.is

Með vísan til framangreinds sé því alfarið hafnað að 365 miðlar geti með tilvísun til mælinga datamarket.com og á grundvelli annarra gildra mælieininga haldið því fram að Árvakur hafi brotið gegn ákvæðum laga nr. 57/2005.

Þrátt fyrir að Árvakur telji að sýnt hafi verið fram á með vísan til árslista að vefurinn mbl.is hafi undanfarin ár verið með meiri umferð en sinn helsti keppinautur vilji Árvakur engu að síður vekja athygli á því að á því tímabili sem 365 miðlar haldi því fram að gestafjöldi og flettingar hafi verið meiri á visir.is heldur en mbl.is þá hafi mælingar á visir.is einnig innihaldið tölur vegna vefsvæðanna einkamál.is, folk.is og blog.visir.is.

Í frétt sem hafi birst á mbl.is þann 13. apríl 2005 sé haft eftir Jens P. Jensen, framkvæmdarstjóra Modernus, að „[i] nóvember 2004 voru vefirnir einkamal.is og folk.is sameinaðir fréttavefnum visir.is og hafa síðan verið mældir undir sama mælikóðanum, sem sérstakir vefhlutar af visir.is. Upplýsingar um fjölda þeirra sem nota heildarvefinn visir.is vikulega hafi því hækkað verulega, eða sem nemur fjölda þeirra sem áður notuðu fyrst og fremst einkamál.is annars vegar og folk.is hins vegar“. Vefsíðan einkamal.is sé stefnumótasíða en folk.is sé bloggvefur sem nú hafi verið sameinaðir blog.visir.is að fullu. Ljóst sé að umræddar síður séu ekki fréttasíður og því ekki á sama markaði né í samkeppni við mbl.is.

Þessu til stuðnings vísi Árvakur einnig til lista Modernusar fyrir vikuna 8.-14. nóvember 2004 þar sem sjá megi að folk.is sé ekki lengur með í vefmælingunni, sbr. einnig frétt af mbl.is frá 30. nóvember 2004

Frá 6. júní 2005 hafi Modernus farið að birta sundurliðun fyrir vefsvæðið visir.is (hafði áður verið gert fyrir mbl.is) en í þeirri sundurliðun megi sjá að blogg hluti visir.is sé mjög stór hluti umferðar á vefinn. Eins sýni samanburður á liðunum *forsíðan* og *fréttavefur annað /fréttir* og *annað* milli visir.is og mbl.is að notendur, innlit og flettingar séu mun fleiri á fréttahlut mbl.is.



Ekki sé tekið tillit til þessarar sundurliðunar í kvörtun 365 miðla en Árvakur telji nauðsynlegt að samanburður sé gerður á sambærilegum vefhlutum mbl.is og visir.is þegar rætt sé um vinsældir vefjanna sem fréttaveitur.

Þess skuli getið að vefurinn barnaland.is hafi verið færður undir vefsvæði mbl.is í lok júní 2005 og vefurinn blog.is á árinu 2006 en heimsóknir á þá vefhluta mbl.is hafi ekki haft þau áhrif á heildarvefmælingu mbl.is að vefurinn hafi farið upp fyrir visir.is í fjölda notenda, innlita og flettinga.

Að teknu tilliti til alls framangreinds beri að hafna kröfu 365 um að Neytendastofa grípi til viðeigandi ráðstafana og leggi bann við birtingu auglýsinganna. Eins og fyrr segi séu þær auglýsingar, sem vísað sé til í erindi 365 miðla, ekki lengur í birtingu og því sé ekki unnt að verða við kröfu um bann við birtingu auglýsinganna. Hvað varði auglýsingar með yfirskriftinni “15 ár á toppnum” telji Árvakur að þær auglýsingar brjóti ekki gegn ákvæðum laga nr. 57/2005. Með vísan til þess sé málatilbúnaði 365 miðla hafnað að öllu leyti.

2.

Bréf Árvakurs var sent 365 miðlum til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 29. apríl 2013. Neytendastofu barst svar frá 365 miðlum með bréfi, dags. 14. maí 2013. Í bréfinu segir að í greinargerð Árvakurs komi ekkert nýtt fram sem geri það að verkum að upphafleg kvörtun 365 miðla standi ekki. Þar sé beinlínis viðurkennt að Árvakur hafi gerst brotlegur við lög nr. 57/2005 vegna rangra fullyrðinga í útvarpsauglýsingum.

Í ljósi þess sé ekki hægt að halda því fram að öllum málsástæðum 365 miðla sé mótmælt sem ósönnuðum og efnislega röngum, þegar annað liggi fyrir. Varðandi sönnunarþáttinn, þá liggi fyrir að með kvörtun 365 miðla hafi verið lögð fram ítarleg sönnunargögn fyrir því að þær fullyrðingar, sem Árvakur hafi haldið fram um ágæti vefmiðils síns, mbl.is, standist ekki og séu því ólögmetar.

Kröfur 365 miðla séu því ítrekaðar. Þá er í bréfinu vikið að einstökum atriðum í bréfi Árvakurs, sem rétt þyki að fjalli um.

Lítt þýði fyrir brotlegan að bera fyrir sig mistök. Árvakur haldi því fram að auglýsingarnar hafi verið teknar úr birtingu um leið og Árvakri voru mistökin ljós. 365 miðlar telja að það hafi verið fyrst við það tímamark er Árvakur hafi fengið vitneskju um kvörtun 365 miðla. Ekki sé önnur skýring tæk, en að brot gegn lögum nr. 57/2005 séu samhverf brot, þ.e. fullframin við birtingu auglýsingarinnar. Þau sjónarmið sem búi að baki ákvæðum laga nr. 57/2005, væru til lítils ef hinn brotlegi gæti alltaf vísað til þess að um mistök hafi verið að ræða.



Varðandi sjónarmið um blekkingu neytenda þá felist blekking í því að halda fram röngum upplýsingum við neytendur – huglæg afstaða skipti þar engu, eins og Árvakur virðist byggja á. 365 miðlar hafni því að ekki séu lagaskilyrði til að banna birtingu vegna þeirrar ástæðu að félagið hafi lýst því yfir að það muni ekki birta auglýsingarnar aftur. 365 miðlar telji slíka yfirlýsingu þýðingalaus, þegar brot hafi verið framið og krefjist þess að lagt verði bann við frekari birtingu auglýsinganna, enda hafi Árvakur viðurkennt með greinargerð sinni að þær auglýsingar hafi falið í sér brot á lögum nr. 57/2005.

365 miðlar telji að í þeirri yfirlýsingu mbl.is, að vefmiðillinn hafi verið á toppnum í 15 ár, felist að vefsvæðið mbl.is hafi verið vinsælast allan þann tíma. Engin rök standi til þess að skilja yfirlýsinguna með öðrum hætti. Eins og fram komi í þeim gögnum sem fylgdu kvörtun 365 miðla sé það röng fullyrðing. Það standist ekki að reyna að skilgreina einhvern markað eftir á. Árvakur geti því ekki skilgreint tímabil sem henti því án þess að það komi skilmerkilega fram í viðkomandi auglýsingu. Sé ekki tekið fram um hvaða tímabil sé verið að ræða, verði að miða við þann mælikvarða sem almennt sé lagður til grundvallar við mælingar, sem séu vikumælingar í tilviki vefmiðla. Árvakur geti ekki lagt almanaksárið til grundvallar án þess að taka það sérstaklega fram.

Samkvæmt 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 þurfi fyrirtæki að geta fært sönnur á fullyrðingar, sem komi fram í auglýsingum eða með öðrum hætti. Það sé því rangt sem Árvakur haldi fram að 365 miðlar beri sönnunarbyrðina. Þrátt fyrir það hafi 365 miðlar sannað með framlögðum gögnum að Árvakur hafi brotið gegn fyrrnefndum lögum, eins og rökstutt hafi verið í upphaflegri kvörtun eða a.m.k. hafi Árvakur ekki getað fært sönnur á þær fullyrðingar, sem þeir hafi byggt á í auglýsingum sínum. Á þeim grundvelli beri að taka kröfur 365 miðla til greina.

3.

Svar 365 miðla var sent Árvakri til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags 23. maí 2013. Svar Árvakurs barst Neytendastofu með bréfi, dags. 31. maí 2013. Í bréfi Árvakurs kemur fram að rétt sé að hafna í upphafi þeim fullyrðingum 365 miðla, um að þau sjónarmið sem fram komi í bréfi Árvakurs, dags 24. apríl 2013, leiði ekki til neins sem geri það að verkum að upphafleg kvörtun 365 standi ekki. Þvert á móti leiði sjónarmið Árvakurs til þess að ekki sé unnt að fallast á kvörtun 365 miðla. Sem fyrr sé öllum fullyrðingum og málstáttæðum 365 miðla hafnað sem ósönnuðum og efnislega röngum.

Árvakur mótmælir fullyrðingum 365 miðla þess efnis að umræddar útvarpsauglýsingar hafi fyrst verið teknar úr birtingu þegar félaginu hafi borist upplýsingar um kvörtun 365 miðla. Líkt og fram komi í bréfi Árvakurs, dags 24. apríl 2013, birtust auglýsingarnar í Ríkisútvarpinu dagana 19.-22. febrúar 2013. Öllum fullyrðingum 365 miðla um hið gagnstæða sé mótmælt sem röngum og ósönnuðum en telja verði að 365 miðlar beri sönnunarbyrði hvað þær varði.



Þá mótmæli Árvakur enn fremur öllum fullyrðingum 365 um að birting auglýsinganna hafi verið gerð til þess að blekkja neytendur. 365 miðlar beri alfarið sönnunarbyrðina fyrir slíkum staðhæfingum. Ekki nægi, að mati Árvakurs, að halda slíku fram, heldur verði að færa sönnur fyrir því. Engar slíkar sannanir liggi fyrir í málinu af hálfu 365 miðla og sé því ekki unnt að fallast á þann hluta málatilbúnaðar félagsins gegn mótmælum Árvakurs.

Árvakur telji að framangreint leiði til þess að ekki sé unnt að fallast á kröfu 365 miðla um að banna birtingu nefndra auglýsinga. Auglýsingarnar hafi ekki verið birtar og muni ekki verða birtar. Að mati Árvakurs sé hlutlægur ómöguleiki til staðar hvað þennan hluta málsins varði enda ljóst að ekki sé unnt að banna birtingu auglýsinga sem ekki séu eða verði birtar. Að öðru leyti sé vísað til sjónarmiða Árvakurs er áður hafi komið fram.

Þá mótmæli Árvakur enn fremur þeim sjónarmiðum sem fram komið í tengslum við auglýsingar vegna 15 ára afmælis mbl.is. Í erindi 365 miðla sé ítrekað að engin rök standi til þess að skilja yfirlýsinguna með öðrum hætti en gert sé í kvörtun félagsins.

Að mati Árvakurs felist í kvörtun 365 miðla útúrsnúningur á bæði efni og forsendum auglýsinganna. Árvakur sé ekki að reyna að skilgreina einhvern markað eftir á líkt og haldið sé fram í bréfi 365 miðla, heldur séu 365 miðlar að leggja aðrar forsendur til grundvallar í málatilbúnaði sínum en Árvakur byggði á þegar félagið ákvað framsetningu auglýsinganna. Þessu sé mótmælt af hálfu Árvakurs en félagið telji fráleitt að halda því fram að málatilbúnaður af þessu tagi geti leitt til þess að fallist verði á kröfur 365 miðla.

Með vísan til framangreinds ítreki Árvakur fyrri afstöðu sína um að vefsíða hans mbl.is hafi á árunum 1998-2013 ávallt fengið til sín meiri umferð en vefsíðan visir.is. Vísað sé til rökstuðnings í fyrri bréfi Árvakurs hvað það varði.

Í bréfi 365 miðla, dags 14. maí 2013, sé með vísan til 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, tekið fram að fyrirtæki þurfi að geta fært sönnur á fullyrðingar sem fram komi í auglýsingum eða með öðrum hætti. Í framhaldi sé því mótmælt að 365 miðlar beri sönnunarbyrðina.

Árvakur telji þennan málatilbúnað byggðan á rangri lagatúlkun á fyrrnefndu ákvæði. Þótt textaskýring nefnds ákvæðis leiði til þess að fyrirtæki þurfi að geta fært sönnur á fullyrðingar í auglýsingum, þá losi það ekki 365 miðla undan þeirri skyldu að sanna þær fullyrðingar sem fram komi í fyrrnefndu kvörtunarbréfi. Í erindi 365 miðla sé Árvakur borinn þungum sökum og þess sé krafist að Neytendastofa beiti valdheimildum sínum en Árvakur hafi mótmælt þeim málatilbúnaði í heild sinni. Í ljósi þess eðlis erindis 365 miðla verði að gera þá kröfu til félagsins, sem aðila að því stjórnsýslumáli sem nú sé rekið hjá Neytendastofu, að það sanni fullyrðingar um þau atriði



sem það telji leiða til brota á ákvæðum laga nr. 57/2005. Það hafi félagið ekki gert en af því leiði að hafna beri alfarið kröfum í málinu.

Að teknu tillits til framangreinds beri að hafna kröfu 365 miðla um að Neytendastofa grípi til viðeigandi ráðstafana gagnvart Árvakri og leggi bann við birtingu auglýsinganna.

4.

Svar Árvakurs var sent 365 miðlum til upplýsingar með bréfi Neytendastofu, dags 21. júní 2013. Í bréfi Neytendastofu kom fram að stofnunin teldi gagnaöflun málsins lokið og að málið yrði tekið til ákvörðunar. Þá kom einnig fram í bréfinu að vegna mikils fjölda fyrirbyggjandi mála hjá stofnuninni væru fyrir séðar tafir á afgreiðslu þess.

Með bréfum Neytendastofu, dags 4. apríl 2014, til Árvakurs og 365 miðla, var félögunum tilkynnt um frekari tafir á afgreiðslu málsins en að vonast væri til þess að málinu yrði lokið innan tveggja mánaða.

III.

Niðurstaða

1.

Í máli þessu kvarta 365 miðlar ehf., rekstraraðili vefsíðunnar visir.is, yfir auglýsingum Árvakurs hf., rekstraraðila vefsíðunnar mbl.is. Kvartað er yfir tveimur útvarpsauglýsingum sem birtust á Rás 1 og 2 en í þeim segi: „100 þúsund fleiri Íslendingar lesa mbl.is en visir.is, Íslendingar lesa mbl.is“ og „Lestur á mbl.is er tvöfalt meiri en á Visir.is“ og tveimur auglýsingum er birtust bæði í Morgunblaðinu og á mbl.is en í þeim segir: „15 ár á toppnum“ og „Vinsælastur í 15 ár“. Að mati 365 miðla standast fullyrðingarnar ekki miðað við þau gögn sem að baki þeim liggja. Telja 365 miðlar fullyrðingarnar varða við 5. gr., 2. og 4. mgr. 6. gr., 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Af hálfu Árvakurs er athugasemdum 365 miðla hafnað sem ósönnum og efnislega röngum. Gögn frá Modernus sýni réttmæti auglýsinganna. Þá sé framsetning þeirra ekki með þeim hætti að neytendur séu blekkir. Í svörum Árvakurs kom jafnframt fram að þrátt fyrir réttmæti fullyrðinganna hafi útvarpsauglýsingarnar verið birtar fyrir mistök og um leið og félaginu hafi verið það ljóst hafi það hætt birtingu þeirra og verði þær ekki birtar aftur.

2.

Í lögum nr. 57/2005 er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Lögin fela fyrst og fremst í sér vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda en einnig vernd fyrirtækja



gegn óréttmætum viðskiptaháttum keppinauta vegna auglýsinga eða annarra svipaðra viðskiptaaðferða. Í 5. gr. er lagt almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fara fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Í 2. mgr. 6. gr. segir:

„Auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir skulu ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað er til óviðkomandi mála.“

Í greinargerð með frumvarpi þar sem ákvæðið kom fyrst fram segir um það að upplýsingar sem fram komi í auglýsingum eða öðrum viðskiptaaðferðum geti talist brot á ákvæðinu enda þótt þær séu efnislega réttar og sannar.

Í 4. mgr. 6. gr. segir:

„Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum eða með öðrum hætti þarf fyrirtæki að geta fært sönnur á.“

14. gr. laganna hljóðar svo:

„Óheimilt er að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem sama marki eru brenndar gagnvart keppinautum, enda séu upplýsingar þessar og viðskiptaaðferðir til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð vara, fasteigna, þjónustu eða annars þess sem haft er á boðstólum í atvinnustarfsemi sem lög þessi taka til.“

Lagagreinin felur í sér vernd á hagsmunum keppinauta vegna háttsemi fyrirtækja í atvinnurekstri.

Í 1. mgr. 15. gr. er fjallað um að samanburðarauglýsingar séu allar þær auglýsingar þar sem beint eða óbeint er vísað til keppinauta eða vöru eða þjónustu sem keppinautur býður. Hugtakið samanburðarauglýsing er skilgreint rúmt svo allar tegundir samanburðar heyri þar undir. Samanburðarauglýsingar eru leyfðar að uppfylltum nánari skilyrðum sem tilgreind eru í a.-h. liðum 2. mgr. 15. gr. Í erindi 365 miðla var vísað til a. liðar 2. mgr. sem er svohljóðandi:

*„Samanburðarauglýsingar skulu, að því er samanburð varðar, leyfðar að uppfylltum eftirtöldum skilyrðum:
a. þær séu ekki villandi, [...]*



3.

Af gögnum málsins má sjá að samkvæmt mælingum Modernus fyrir árið 2001-2012 hafa notendur, innlit og flettingar á hverju ári verið fleiri á mbl.is en visir.is. Neytendastofa telur þær upplýsingar sem lagðar hafa verið fram í málinu ekki, án frekari skýringa, geta staðið að baki fullyrðingum um að 100.000 fleiri Íslendingar lesi mbl.is en visir.is eða að lestur á mbl.is sé tvöfalt meiri en á visir.is. Jafnframt verður að líta til þess að upplýsingar frá Modernus bera ekki með sér hversu marga Íslendinga er um að ræða, þar sem hver einstaklingur getur talist fleiri en einn notandi eins og fram hefur komið í gögnum málsins. Þá gefa gögnin til kynna fjölda heimsóknna og síduflettinga en engar upplýsingar er að finna um raunverulegan lestur.

Þrátt fyrir að birtingu auglýsinganna hafi verið hætt að eigin frumkvæði Árvakurs og jafnvel þó um mistök hafi verið að ræða, telur Neytendastofa fullyrðingarnar brjóta gegn ákvæðum 5. gr., 2. og 4. mgr. 6. gr. sem og ákvæðum 14. gr. og a. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Stofnunin fær ekki séð að fullyrðingarnar séu til þess fallnar að villa um fyrir neytendum eða hafa áhrif á fjárhagslega hagsmuni þeirra en hinar ósönnuðu fullyrðingar eru þrátt fyrir það ósanngjarnar gagnvart keppinauti og til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn, vegna auglýsinga á miðlunum, auk þess að fela í sér villandi samanburð.

Þar sem Árvakur hefur að eigin frumkvæði hætt birtingu auglýsinganna telur Neytendastofa ekki ástæðu til að grípa til frekari aðgerða vegna brotsins.

4.

Neytendastofa telur ljóst af hinum umkvörtuðu auglýsingum sem bera yfirskriftina „15 ár á toppnum“ og „Vinsælastur í 15 ár“ að samanburðurinn eigi við um fréttavefi en ekki allar íslenskra vefsíður. Stofnunin telur tilvísun 365 miðla til vinsælda vefsins eveonline.com því ekki koma til álita í máli þessu.

Fullyrðingarnar eru byggðar á gögnum um vefmælingar frá Modernus fyrir árið 2001-2012 en niðurstöðum fjölmiðlakannana Gallup fyrir árin 1998-2000, þar sem vefmælingar liggja ekki fyrir um það tímabil. Í athugasemdum sínum hafa 365 miðlar gert athugasemdir við að fullyrðingarnar byggji á uppsöfnuðum niðurstöðum á vefmælingum yfir heilt ár en ekki niðurstöðum hvernar viku. Sé litið til þeirra gagna fái fullyrðingarnar ekki staðist þar sem visir.is hafi a.m.k. í tvígang mælst stærri þegar litið sé til gestafjölda.

Þegar litið er til hinna umkvörtuðu fullyrðinga telur Neytendastofa þær bera með sér að vísað sé til vinsælda vefsins á ársgrundvelli. Af gögnum málsins virðist vera að mælingar séu ekki gerðar fyrir alla vefina í hverri viku og því er ákveðin ómöguleiki fyrir því að birta auglýsingu um heildarniðurstöður mælinga frá því þær hófust viku fyrir viku. Að teknu tilliti til niðurstöðu þeirra



vikumælinga sem fyrir liggja telur Neytendastofa það ekki fela í sér ósanngjarna viðskiptahætti gagnvart keppinautum Árvakurs að teknar séu saman heildarniðurstöður fyrir hvert ár. Þá fær Neytendastofa ekki séð að fjöldi vikna eða yfirburðir visir.is þær vikur sem gestafjöldi á þann vef var meiri en á mbl.is geri það að verkum að ósanngjarnt sé að taka saman heildarniðurstöður fyrir hvert ár.

Að teknu tilliti til ofangreinds og þeirra gagna sem lögð hafa verið fram í málinu getur Neytendastofa ekki fallist á að brotið hafi verið gegn ákvæðum laga nr. 57/2005 með birtingu fullyrðinganna „15 ár á toppnum“ og „Vinsælastur í 15 ár“.

IV.

Ákvörðunarorð:

„Árvakur hf., Hádegismóum 2, Reykjavík, hefur með birtingu fullyrðinganna „100 þúsund fleiri Íslendingar lesa mbl.is en visir.is, Íslendingar lesa mbl.is“ og „Lestur á mbl.is er tvöfalt meiri en á Vísir.is“ brotið gegn ákvæðum 5. gr., 2. og 4. mgr. 6. gr. sem og ákvæðum 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.“

Neytendastofa, 23. júlí 2014

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir