



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 18/2010

Auglýsingar 365 miðla ehf. um hlustun á Bylgjuna, Létt Bylgjuna og Gull Bylgjuna

I.

Erindið

Neytendastofu barst erindi Ríkisútvarpsins ohf., RÚV, með bréfi, dags. 1. október 2009, þar sem kvartað er yfir auglýsingum Bylgjunnar, útvarpsstöðvar á vegum 365 miðla ehf. Í erindinu segir að í auglýsingunni sé tiltekið að markaðshlutdeild í hlustun á Bylgjuna sé 50%. Markaðshlutdeild Rásar 1 sé 6% og Rásar 2, 27%. Hins vegar sé ljóst skv. niðurstöðum rafrænna mælinga fyrir sama tímabil að með Bylgjunni sé skírskotað til samanlagðrar hlustunar á Bylgjuna, Létt Bylgjuna og Gull Bylgjuna. Hlutaðeigandi stöðvar séu með mismunandi tíðni og mismunandi dagskrá. Aðeins ein þeirra, þ.e. tíðnin 98,9, sé auðkennd sem Bylgjan í daglegu tali. Þá er tekið fram að auglýsingin hafi verið í birtingu í nokkrar vikur.

RÚV telur ljóst að með auglýsingunni sé brotið gegn V. kafla laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Er í því sambandi sérstaklega vísað til ákvæða 14. gr. laganna um að óheimilt sé að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem sama marki séu brenndar gagnvart keppinautum, enda séu upplýsingarnar til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð. Ljóst megi vera að það að tiltaka að hlutdeild Bylgjunnar í hlustun sé 50% þegar í reynd sé vísað til samanlagðrar hlustunar þriggja útvarpsstöðva, þ.m.t. stöðva sem almennt séu ekki auðkenndar sem Bylgjan, sé til þess fallið að hafa áhrif á eftirspurn á auglýsingamarkaði enda látið í veðri vaka að hlustendahópur Bylgjunnar sé stærri en hann er í reynd.

RÚV telur framangreinda háttsemi jafnframt brjóta í bága við a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 en samkvæmt því ákvæði skuli svokallaðar samanburðaruglýsingar aðeins leyfðar að tilteknum skilyrðum uppfylltum og mega t.a.m. ekki vera villandi. Að mati RÚV uppfylli auglýsingin ekki þann áskilnað. Annars vegar kjósi 365 miðlar að tiltaka samanlagða markaðshlutdeild Bylgjunnar, Létt Bylgjunnar og Gull Bylgjunnar á sama tíma og fyrirtækið ákveði að aðgreina sérstaklega hlutdeild Rásar 1 og Rásar 2. Hins vegar sé auglýsingin villandi



þar sem tiltekið sé að hlutdeild Bylgjunnar sé 50% þegar í reynd sé vísað til samanlagðrar hlustunar þriggja útvarpsstöðva.

Til viðbótar framangreindu telji RÚV, á grundvelli sama rökstuðnings, að auglýsingin feli í sér brot gegn 5. gr. laga nr. 57/2005 ásamt því að vera í andstöðu við 2. mgr. 6. gr. sömu laga um að auglýsingar skuli ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum vegna forms þeirra.

Farið er þess á leit við Neytendastofu að stofnunin banni, og um leið viðurkenni að hlutaðeigandi auglýsing brjóti gegn lögum nr. 57/2005, ásamt því að leggja stjórnvaldssekt á 365 miðla vegna auglýsingarinnar.

II.

Málsmeðferð

1.

Erindi RÚV var sent 365 miðlum til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 7. október 2009. Svar barst með bréfi, dags. 29. október 2009, þar sem því er hafnað að auglýsingin sé villandi í skilningi laga nr. 57/2005. Auglýsingunni sé beint að auglýsendum, allar útvarpsstöðvarnar gangi undir auðkenninu Bylgjan og öll tilboð og auglýsingasala gagnvart markaðnum eigi við um allar „Bylgjurnar“ í einu, en ekki hverja fyrir sig. Það sé því eðlilegt að gagnvart markaðnum sé framsetning á samanburðarauglýsingu sem þessari með þeim hætti að auglýsendur sjái með skýrum hætti hver hlutdeild þessara stöðva sé í heild, þar sem gagnvart þeim sé einungis um eina vöru að ræða þar sem allar auglýsingar séu keyrðar samtímis á Bylgjunni, Létt Bylgjunni og Gull Bylgjunni. Þess beri einnig að geta að á umræddum auglýsingum séu myndmerki allra útvarpsstöðvanna þriggja og því ætti markaðurinn ekki að velkjast í vafa um að um allar „Bylgjurnar“ sé að ræða, en ekki einungis Bylgjuna fm 98,9.

365 miðlar vilji eftir fremsta megni fara eftir lögum nr. 57/2005 og fagni því þeim athugasemdum sem berist svo að fyrirtækið geti styrkt viðskiptahætti sína. Í því skyni hafi 365 miðlar ákveðið að taka tillit til kvörtunarinnar og hafi því tekið umrædda auglýsingu úr umferð. Auk þess hafi uppsetningu samanburðarauglýsingarinnar verið breytt á þann hátt að þar séu nú logo allra stöðvanna þriggja á stöplaritinu sem sýni hlutfall hlustunar við Rás 1 og Rás 2 ásamt því að tekið er fram í neðanmálstexta að hlutfall Bylgjunnar feli í sér hlutfall Bylgjunnar, Létt Bylgjunnar og Gull Bylgjunnar.

2.

Þann 29. október 2009 barst Neytendastofu nýtt erindi RÚV þar sem kvartað var yfir hinum breyttu auglýsingum 365 miðla. Kvörtunin er að mestu byggð á sömu rökum og upphaflegt



erindi þar sem fram kemur að af auglýsingunni megi ráða að með Bylgjunni sé skírskotað til samanlagðrar hlustunar á Bylgjuna, Létt Bylgjuna og Gull Bylgjuna án þess þó að tiltekin sé markaðshlutdeild hvernar útvarpsstöðvar um sig. Á sama tíma kjósi 365 miðlar allt að einu að leggja ekki saman markaðshlutdeild Rásar 1 og Rásar 2 þótt slíkt hljóti að teljast bæði rökrétt og eðlilegt fyrst 365 miðlar kjósi á annað borð að spyrða saman útvarpsstöðvum undir heitinu Bylgjan.

Framsetningin sé að mati RÚV augljóslega til þess fallin að láta í það skína að markaðsstaða 365 miðla samanborið við RÚV sé betri en raunin sé. Tilgangurinn sé augljóslega sá að höfða til auglýsenda. Mikill meirihluti auglýsinga á Rás 1 og Rás 2 sé hins vegar lesinn samtímis á báðum rásum. Rásirnar séu m.ö.o. samtengdar rétt eins og gildi um auglýsingar sem birtist á Bylgjunni, Létt Bylgjunni og Gull Bylgjunni. Því sé beinlínis villandi að skilja rásirnar að hjá einum fjölmiðli en ekki hjá hinum eins og gert sé.

Í bréfinu er ítrekað að RÚV telji framsetningu auglýsinganna brjóta gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005.

3.

Bréf RÚV var sent 365 miðlum til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 6. nóvember 2009. Samhliða því bréfi var RÚV sent bréf 365 miðla til upplýsinga og tilkynnt að þegar svar 365 miðla við bréfi RÚV, dags. 29. október 2009, bærst stofnuninni yrði málið tekið til ákvörðunar.

Ekkert svar barst frá 365 miðlum.

III.

Niðurstaða

1.

Í máli þessu kvartar Ríkisútvarpið ohf., RÚV, yfir samanburðarauglýsingum 365 miðla ehf. þar sem borin er saman markaðshlutdeild Bylgjunnar við markaðshlutdeild Rásar 1 annars vegar og Rásar 2 hins vegar. RÚV telur auglýsinguna villandi og framsetningu hennar ósanngjarna annars vegar af þeirri ástæðu að markaðshlutdeild Bylgjunnar sé samanlögð hlustun á Bylgjuna, Létt Bylgjuna og Gull Bylgjuna og hins vegar þar sem markaðshlutdeild Bylgjunnar, Létt Bylgjunnar og Gull Bylgjunnar sé samanlögð en markaðshlutdeild Rásar 1 og Rásar 2 sé aðskilin í hvorri sinni súlunni.

Af hálfu Bylgjunnar var því hafnað að auglýsingin væri villandi. Auglýsingunni sé beint að auglýsendum og gagnvart þeim sé um einn og sama aðilann að ræða þar sem auglýsingar á



Bylgjunn, Létt Bylgjunn og Gull Bylgjunn séu seldar saman og þær keyrðar á sama tíma. Við meðferð málsins var upphaflegum auglýsingum þó breytt svo á súlunni koma fram myndmerki allra þriggja stöðva, en ekki eingöngu Bylgjunnar fm 98,9.

2.

Af hálfu RÚV hefur í máli þessu verið vísað til ákvæða 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 14. gr. og a. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

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. laganna er kveðið á um almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum. Bannið gildi áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vörur fara fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er, skv. ákvæðinu, nánar tilgreint í III.–V. kafla laganna.

Ákvæði 2. mgr. 6. gr. laganna er svohljóðandi:

„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 til samkeppnislaga nr. 8/1993 segir um ákvæði 2. mgr. 21. gr., sem nú er í 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, segir að ótilhlýðilegt form geti t.d. komið fram í samanburði við vörur frá öðrum.

Ákvæði 14. gr. laga nr. 57/2005 er svohljóðandi:

„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.“

Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum mega því ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinaut auglýsanda eða stöðu auglýsanda, vöru eða þjónustu hans, gagnvart keppinautum.

Í 15. gr. laganna 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.



Samanburðarauglýsingar eru leyfðar að uppfylltum nánari skilyrðum sem tilgreind eru í a.-h. lið 2. mgr. 15. gr. Ákvæði a. liðar 2. mgr. 15. gr. er svohljóðandi:

„Samanburðarauglýsingar skulu, að því er samanburð varðar, leyfðar að uppfylltum eftirtöldum skilyrðum:

a. þær séu ekki villandi,

Við mat á því hvort auglýsingar séu villandi skv. ákvæðinu er m.a. litið til þess hvort auglýsingin villi um fyrir, eða sé líkleg til að villa um fyrir, þeim sem hún beinist að og er líkleg til þess að hafa áhrif á fjárhagslega hegðun neytenda eða skaða keppinauta auglýsanda.

3.

Í upphaflegri auglýsingu 365 miðla sagði í yfirskrift að Bylgjan væri í fyrsta sæti. Myndrænt voru settar upp þrjár súlur, í líkingu við verðlaunapalla, þar sem fram kom að Bylgjan væri í fyrsta sæti með 50% hlustun, Rás 2 í öðru sæti með 27% og Rás 1 í því þriðja með 6%. Í smærra lettri sagði síðar í auglýsingunni að Bylgjan þakkaði hlustendum samfylgdina á hverjum degi, hlustendur Bylgjunnar væru í eftirsóttasta markhópnum og stærsta neysluhópnum og að Bylgjan beri af og tryggi að skilaboð auglýsanda komist áleiðis til mikilvægasta markhópsins. Neðst í hægra horni auglýsingarinnar var myndmerki Bylgjunnar og neðst í vinstra horni hennar voru myndmerki Létt Bylgjunnar og Gull Bylgjunnar með mun smærra lettri en myndmerki Bylgjunnar. Í hinum breyttu auglýsingum eru myndmerki Létt Bylgjunnar og Gull Bylgjunnar með myndmerki Bylgjunnar á efstu súlunni og með því gefið til kynna að markaðshlutdeildin eigi við um allar þrjár útvarpsstöðvarnar.

Í gögnum málsins hefur komið fram að auglýsingunni sé beint að auglýsendum og sala á auglýsingum hjá útvarpsstöðvunum sé sameiginleg. Fyrirtæki geta því ekki keypt auglýsingu til birtingar eingöngu á einni af stöðvunum þremur heldur birtast auglýsingarnar á þeim öllum. Að mati Neytendastofu verður að gera kröfu til þess að í auglýsingunni komi skýrt fram hvað felst í hlutdeildinni. Þó stofnunin geri í máli þessu ekki athugasemd við þá framkvæmd að auglýsa samtölu hlustunar á Bylgjuna, Létt Bylgjuna og Gull Bylgjuna verði að greina frá því í auglýsingunni. Í hinni upprunalegu auglýsingu, sem fyrri kvörtun RÚV snéri að, var að mati stofnunarinnar ekkert sem gaf til kynna að um samtölu allra stöðvanna þriggja væri að ræða. Þó myndmerki Létt Bylgjunnar og Gull Bylgjunnar hafi komið fram í auglýsingunni voru þau ekki tengd niðurstöðum könnunarinnar. Að mati Neytendastofu er sú framsetning ósanngjörn gagnvart keppinautum og því brot gegn ákvæði 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Þá telur stofnunin framsetninguna villandi þar sem hún gefur tilefni til að ætla að útvarpshlustun á Bylgjuna fm 98,9 eina hafi verið 50% og því geti fyrirtæki sem kaupir birtingu auglýsinga hjá Bylgjunni átt



von á enn meiri hlustun þar sem auglýsingin birtist einnig á Létt Bylgjunni og Gull Bylgjunni. Því er einnig um að ræða brot gegn ákvæðum 5. gr., 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. sömu laga.

Í erindi RÚV er kvartað yfir því að ekki sé eins farið með tölur fyrir hlustun á Rás 1 og Rás 2 og gert er með Bylgjuna, Létt Bylgjuna og Gull Bylgjuna. Mikill meirihluti auglýsinga sé samlesin á Rás 1 og Rás 2 og því sé framkvæmdin mjög lík þeirri framkvæmd sem tíðkist hjá Bylgjunni, Létt Bylgjunni og Gull Bylgjunni. Við skoðun á verðskrá útvarps sem aðgengileg er á vefsíðu RÚV¹ má sjá að verð er gefið upp annars vegar fyrir samlesnar auglýsingar Rásar 1 og Rásar 2 og hins vegar fyrir leiknar auglýsingar á Rásar 2. Því er ljóst að auglýsendur geta keypt auglýsingu til birtingar eingöngu á Rás 2. Hjá 365 miðlum getur auglýsandi hins vegar ekki keypt auglýsingu til birtingar eingöngu á einni af stöðvunum þremur. Að teknu tilliti til þess er það mat Neytendastofu að sú framsetning 365 miðla að birta ekki hlutfall samlagðrar útvarpshlustunar Rásar 1 og Rásar 2 ekki villandi eða ósanngjörn gagnvart RÚV. Því er að mati stofnunarinnar ekki um að ræða brot gegn ákvæðum laga nr. 57/2005.

Að teknu tilliti til umfangs brotsins og annarra atvika eins og þeim háttar í máli þessu, telur Neytendastofa ekki ástæðu til að beita sektum skv. IX. kafla laga nr. 57/2005.

IV. Ákvörðunarorð:

„365 miðlar ehf. hafa brotið gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu með því að auglýsa sameiginlegt hlutfall útvarpshlustunar á Bylgjuna fm98,9, Létt Bylgjuna og Gull Bylgjuna án þess að greina með skýrum hætti frá því að um sameiginlegt hlutfall útvarpsstöðvanna þriggja sé að ræða.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu bannar Neytendastofa 365 miðlum ehf. birtingu auglýsingarinnar.

Bannið tekur gildi við birtingu ákvörðunarinnar.“

Neytendastofa, 31. mars 2010

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir

¹ Sjá: <http://www.auglysendur.is/Forsida/Verdskra/>