



**STICHTING
RECLAME CODE**

NIEUWS

**RECLAME VAN SIMPEL VOOR INSTELLEN BELPLAFONIE VOOR
OUDERS MISLEIDEND**

Datum: 29 maart 2011
Dossiernr: 2011/00160
Uitspraak: Aanbeveling (gedeeltelijk)
Product / dienst: energie, Gas, water en elektra
Motivatie: Misl. Prijs(vermelding), Goede smaak/fatsoen
Medium: Audiovisuele Mediadiensten

De bestreden reclame-uitingen

1.

Het betreft een televisie-commercial waarin het volgende wordt gezegd:

“Een groot Duits energiebedrijf is sinds kort eigenaar van Essent. Daar hebben ze bijna acht en een half miljard voor betaald. Dat geld willen ze natuurlijk terugverdienen. Doen wij daar aan mee? Ik zeg: nein! Stap over naar de Nederlandse Energie Maatschappij met zijn lage Hollandse tarieven. Dat scheelt u honderden euro's.

U snapt nu waarom wij de goedkoopste zijn. Bel 0800-4664. Ik zeg: doen!”

De uitgesproken tekst wordt begeleid door beelden van onder meer de Duitse en de Nederlandse vlag. Bepaalde tekstfragmenten komen uitgeschreven in beeld. Aan het eind van de commercial komt de website van adverteerder in beeld.

In de tag-on wordt gezegd:

“Stap nu over naar de Nederlandse Energie Maatschappij. Dat scheelt honderden euro's. Ik zeg: doen! Vergelijk de prijzen op Nederlandenergie.nl”

2.

Het betreft een televisie-commercial waarin het volgende wordt gezegd:

“Een enorme Zweedse multinational heeft onlangs NUON opgekocht voor bijna 10 miljard euro. Tien miljard! Dat geld willen ze een keer terug verdienen. Of... niet? Stap nu over naar de Nederlandse Energie Maatschappij. Oer-Hollands met oer-Hollands lage tarieven. Dat scheelt honderden euro's. U snapt nu waarom wij de goedkoopste zijn. Vergelijk de prijzen op Nederlandenergie.nl. Of bel 0800-4664. Ik zeg: doen!”

De uitgesproken tekst wordt begeleid door beelden van onder meer de Zweedse en de Nederlandse vlag. Bepaalde tekstfragmenten komen uitgeschreven in beeld. Terwijl de tekst "Ik zeg: doen!" wordt uitgesproken, staat in beeld: "IK ZEG DØEN".

De klacht

Klaagster acht het logisch dat kopers hun geld terug willen verdienen en acht dit ook niet onbillijk. Door de mededeling dat de kopers van de bewuste bedrijven een buitenlandse nationaliteit hebben waartegenover de Nederlandse nationaliteit van de Nederlandse Energie Maatschappij wordt gesteld, wordt echter naar klaagsters mening de indruk gewekt dat 'boze buitenlandse bedrijven arme Nederlanders willen uitzuigen'. De indruk wordt naar klaagsters mening benadrukt doordat de koopprijzen van de bedrijven worden genoemd. Deze prijzen zijn voor 'gewone mensen', die geen idee hebben wat sommige bedrijven kosten, zeer hoog.

Gelet op het voorgaande acht klaagster de reclame-uitingen oneerlijk, misleidend en discriminerend.

Het verweer

De klacht is gemotiveerd weersproken. Voor zover voor de beslissing van belang wordt in het oordeel op het verweer teruggekomen.

De mondelinge behandeling

Mr. De Heer voornoemd heeft het standpunt van adverteerder nader toegelicht.

Het oordeel van de Commissie

Met betrekking tot de genoemde bezwaren van klaagster overweegt de Commissie als volgt.

In de commercial zoals hiervoor beschreven onder 1 wordt meegedeeld dat de 'bijna acht en een half miljard', die door het grote Duitse energiebedrijf is betaald voor Essent, 'natuurlijk' moet worden terugverdiend. Vervolgens wordt men aangespoord om over te stappen op de Nederlandse Energie Maatschappij met zijn 'lage Hollandse tarieven' en wordt gesteld dat dat 'honderden euro's' scheelt.

In de commercial zoals beschreven onder 2 wordt gesteld dat door de Zweedse multinational voor de NUON 'bijna tien miljard' is betaald en dat 'ze' dat geld een keer 'willen terug verdienen'. Vervolgens wordt men aangespoord om over te stappen op de Nederlandse Energie Maatschappij met zijn 'oer-Hollandse' tarieven en wordt gesteld dat dit 'honderden euro's' scheelt.

Naar het oordeel van de Commissie wordt aldus in beide commercials, door

een verband te suggereren tussen de overname, die bijna € 8,5 miljard (commercial 1) dan wel € 10 miljard (commercial 2) heeft gekost, en de stelling dat het overstappen naar NLEnergie de klant 'honderden euro's' zal schelen, de indruk gewekt dat, ten gevolge van de overnames, de tarieven van Essent dan wel de NUON omhoog gaan of zijn gegaan.

Klaagster stelt onder meer dat de reclame misleidend is.

Adverteerder heeft op dit punt aangevoerd dat klaagster uitdrukkelijk meedeelt geen probleem te zien in het feit dat in de uitingen wordt gesteld dat de acquisitiekosten moeten worden terugverdiend en dat zij deze stelling juist onderschrijft. Adverteerder stelt dat klaagster haar bezwaar dat de commercials misleidend zouden zijn op geen enkele onderbouwd heeft. De Commissie volgt adverteerder niet in deze stelling. Klaagster stelt immers onder meer dat de indruk wordt gewekt dat de bedrijven 'Nederlanders willen uitzuigen' en dat deze indruk onder meer ontstaat doordat de koopprijzen van de betreffende bedrijven worden genoemd. Klaagster voert verder aan dat voor de gemiddelde consument ('gewone mensen') niet duidelijk is wat de kosten van sommige bedrijven kunnen zijn. Het voorgaande houdt een onderbouwing in van klaagsters stelling dat de reclames misleidend zijn. Dat klaagster meedeelt dat het 'logisch' en 'niet onbillijk' is dat kopers hun geld terug willen verdienen, houdt naar het oordeel van de Commissie geen erkenning in van de suggestie dat de genoemde bedragen op de klanten van Essent of NUON zullen worden afgewenteld.

De Commissie is van oordeel dat adverteerder onvoldoende aannemelijk heeft gemaakt dat, zoals in de commercials wordt gesuggereerd, de overname van Essent door het Duitse bedrijf RWE en de overname van NUON door het Zweedse bedrijf Vattenfall tot gevolg hebben dat de tarieven van Essent dan wel de NUON daadwerkelijk worden of zijn verhoogd en dat het daardoor voor de klanten van Essent en de NUON 'honderden euro's scheelt' wanneer men overstapt naar adverteerder. Derhalve acht de Commissie de in de commercials gewekte suggestie onjuist.

Gelet op het voorgaande gaan de commercials naar het oordeel van de Commissie gepaard met onjuiste informatie ten aanzien van de prijs van het product als bedoeld in artikel 8.2 onder d NRC. De Commissie is voorts van oordeel dat de gemiddelde consument, naar aanleiding van deze onjuiste informatie, ertoe gebracht zou kunnen worden een besluit over een transactie te nemen, dat hij anders niet zou hebben genomen.

Op grond van voorgaande zijn de commercials misleidend in de zin van artikel 8 NRC en daarom oneerlijk in de zin van artikel 7 NRC. Voorts is sprake van ontoelaatbare vergelijkende reclame in de zin van artikel 13 aanhef en sub a NRC.

Het bezwaar van klaagster dat de commercials discriminerend zouden zijn wijst de Commissie af. Van discriminatie in de zin van de wet is naar het

oordeel van de Commissie geen sprake. Het “Ik zeg: nein”, in combinatie met het tonen van de Duitse vlag, waarmee wordt verwezen naar de Duitse nationaliteit van het overnemende bedrijf (commercial 1) en het “IK ZEG DØEN” (commercial 2) zijn kennelijk humoristisch bedoeld.

De beslissing

Op grond van het voorgaande acht de Commissie de reclame-uitingen in strijd met de artikelen 7 en 13 aanhef en sub a NRC.

Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Voor het overige wijst de Commissie de klacht af.

Regeling: NRC (nieuw) art. 7
 NRC (nieuw) art. 8.2 onder d.
 NRC (nieuw) art. 13 aanhef
 NRC (nieuw) art. 13 onder a.