



Beslissing van de Reclame Code Commissie

in de zaak van : [REDACTED] klager

tegen : Google Netherlands B.V., gevestigd te Amsterdam, adverteerder.

De procedure

Klager heeft door middel van het online klachtenformulier op 19 augustus 2020 bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen reclame-uiting.

De klacht is in behandeling genomen op 27 augustus 2020.

Namens adverteerder is bij brief van 16 september 2020 door mr. R.A.C. Stoop en mr. K.Th.M. Stöpetie (beiden advocaat) verweer gevoerd.

De Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie) heeft de klacht behandeld in haar online zitting van 8 oktober 2020. Klager heeft van de mogelijkheid gebruik gemaakt om een mondelinge toelichting te geven. Het standpunt van adverteerder is ter zitting mondeling toegelicht door mr. K.Th.M. Stöpetie.

De bestreden reclame-uiting

Het betreft een TV-commercial (TVC), waarin een aantal situaties worden getoond met problemen die zich bij het werken op een laptop kunnen voordoen. In de uiting komen de (voor de klacht relevante) volgende gesproken en geschreven teksten voor:

1.

Gesproken tekst: "Wil je een laptop die je niet 10 keer per dag moet opladen? Het is tijd om te switchen naar een Chromebook, met een batterijduur tot 12 uur."

Tekst in beeld: "batterijduur tot 12 uur" en, in kleinere letters: "*batterijduur kan variëren per apparaat, gebruik en andere condities*".

2.

Gesproken tekst: "Of wat denk je van één met automatische updates die je game niet onderbreken?"

Tekst in beeld: "Updates zonder onderbreking" en, in kleinere letters: "*vereist internetverbinding*".



3.

Gesproken tekst: "Of ingebouwde beveiliging dat je niet al je werk kwijtraakt?"

Tekst in beeld: "ingebouwde beveiliging" en, in kleinere letters: "*vereist internetverbinding*".

4.

Gesproken tekst: "Dus als je dat allemaal wilt, switch dan naar Chromebook."

In beeld verschijnen drie laptops van verschillende merken die als Chromebook worden verkocht (Lenovo Chromebook C340, Acer Chromebook Spin 13, HP Chromebook x360 14), en vier winkels (MediaMarkt, Bol.com, Coolblue en Expert).

De klacht

Het standpunt van klager, zoals hij dit in eerste instantie schriftelijk heeft ingediend en later, ter zitting, mondeling heeft aangepast, wordt als volgt samengevat.

Volgens klager wordt in de commercial ten onrechte gesuggereerd dat Chromebooks per definitie een betere batterijduur hebben dan de concurrentie met een ander besturingssysteem ('operating system(s)', afgekort 'OS'). Er wordt vermeld dat "als je niet 10 keer per dag op wilt laden, je een Chromebook moet hebben". Dat is misleidend en niet waar, volgens klager: laptops met de OS van Windows en Mac zijn vrijwel altijd vele uren zonder problemen te gebruiken, en vrijwel gelijk aan het Chrome OS, aldus klager. In de TVC wordt ten onrechte gesuggereerd dat Chromebooks als enige laptops ingebouwde beveiliging hebben, terwijl Mac en Windows OS dit ook hebben. Volgens klager wordt Chromebook gepresenteerd als een oplossing voor niet-bestaande problemen bij andere partijen. Er wordt ten onrechte gesuggereerd dat Chromebook functionaliteiten heeft die alternatieven van andere partijen niet hebben.

Klager maakt tevens bezwaar tegen de uiting omdat Chromebook niet één product is, maar er verschillende modellen zijn, die in prijs variëren van € 209,- tot € 1165,-. Met de fysieke verschillen in batterijduur en snelheid is het niet mogelijk om het product Chromebook om zijn fysieke superioriteit aan te prijzen, aldus klager.

Het bezwaar tegen de tekst in de TVC "of wat denk je van één met automatische updates die je game niet onderbreken?" heeft klager ter zitting ingetrokken.

Het verweer

Het verweer wordt als volgt samengevat.

Klager interpreteert de TVC ten onrechte als vergelijkende reclame.

De reclame richt zich op gebruikers van verouderde laptops. De TVC bespreekt de frustraties van dergelijke laptopgebruikers en prijst daarbij het Chromebook aan ter vervanging.

Geen van de claims richt zich impliciet of expliciet tegen concurrerende laptops of concurrerende OS.



De in de TVC getoonde laptops zijn evident oude modellen. Dit blijkt uit de grote robuuste behuizing van de laptops in verouderde, soms zelfs vergeelde kleuren, dikke randen rondom het scherm, beeldformaat in de verhouding 4:3 en geen zichtbaar ingebouwde webcam. Er wordt niet geclaimd dat concurrerende systemen niet zouden beschikken over de eigenschappen van het Chromebook.

Het staat Google vrij om Chromebooks aan te prijzen voor laptopgebruikers die bepaalde problemen met hun oude laptop hebben. De gemiddelde consument zal de TVC ook zo begrijpen, en weten dat de TVC is gericht op gebruikers van verouderde laptops. In de TVC wordt gebruik gemaakt van de in reclame gebruikelijke mate van overdrijving. De gemiddelde consument begrijpt dat nieuwe laptops niet "tien keer per dag" opgeladen hoeven te worden. De gemiddelde consument die de geschetste problemen niet herkent, zal zijn laptop niet hoeven upgraden en zich daarmee niet aangesproken voelen door de reclame.

Voor wat betreft het tweede deel van de klacht (ten aanzien van het gegeven dat er verschillende modellen Chromebook zijn en fysieke prestaties hiervan) wijst Google op de disclaimers die tijdens de reclame in beeld verschijnen, en het feit dat de claims waar zijn. Volgens Google wordt uitsluitend een claim gemaakt ten aanzien van de batterijduur. Ter onderbouwing van de claim "batterijduur tot wel 12 uur" heeft Google voorbeelden gegeven van laptopmodellen in verschillende prijsklassen die alle een batterijduur hebben van 12 uur of langer. Ook de bewering ten aanzien van het beveiligingssysteem is waar omdat Chrome OS is voorzien van een ingebouwde beveiliging.

De mondelinge behandeling

Volgens klager blijkt uit de uiting onvoldoende dat het om oude laptops gaat, in tegenstelling tot hetgeen Google beweert. Verder is het volgens klager duidelijk dat men in de reclame met "switchen" het overstappen naar een ander Operating System bedoelt, en begrijpt hij de reclameboodschap als "stap over van Windows of Mac naar Chromebook". Door het woord "switchen" te gebruiken wordt volgens klager wel degelijk een vergelijking gemaakt met de concurrerende laptops met Windows en Mac OS.

Adverteerder heeft ter zitting betwist dat in de reclame het besturingssysteem wordt aangeprezen, en, in de lijn daarmee, een vergelijking wordt gemaakt met andere OS zoals Windows en Mac. In de reclame worden Chromebook *laptops* aangeprezen. Google benadrukt dat de reclame gericht is op gebruikers van oudere laptops en dat deze gebruikers de problemen, die op grappige wijze en in een oubollige setting worden geschetst, zullen herkennen. De boodschap van de reclame is dat een Google Chromebook deze problemen oplost, niets meer en niets minder. Voor wat betreft het woord "switchen" merkt adverteerder op dat daarmee bedoeld wordt 'het kopen van een nieuwe laptop', net als men bijvoorbeeld van auto switcht.



Het oordeel van de Commissie

Klager maakt bezwaar tegen de uiting omdat daar, in zijn ogen, op ontoelaatbare wijze Chromebooks worden vergeleken met de besturingssystemen van Windows en Mac.

Deze klacht slaagt niet.

De Commissie overweegt daartoe het volgende.

In de uiting worden -kort gezegd- situaties met haperende laptops getoond (de batterij is leeg, updates worden onverwacht uitgevoerd, en documenten raken verloren doordat beveiliging daarvoor ontbreekt). Dat dit op enigszins overdreven wijze gebeurt, blijkt bijvoorbeeld uit de tekst "wil je een laptop die je niet 10 keer per dag moet opladen?" Vervolgens wordt duidelijk gemaakt dat deze problemen met een Chromebook opgelost zijn en wordt aan het eind een aantal laptopmerken en verkooppunten daarvan genoemd.

In de commercial worden aldus de eigenschappen van laptops van Chromebook benadrukt. Van een expliciete of impliciete vergelijking met een of meer andere merken laptops is geen sprake: het is niet zichtbaar van welk ander merk de getoonde laptops zijn (de aan het einde van de televisiecommercial wel genoemde merken betreffen telkens Chromebooks) en de vergelijking die in de TVC wordt gemaakt is zodanig generiek, dat niet gezegd kan worden dat laptops van Chromebook vergeleken worden met laptops van een of meer bepaalde merken. Van een expliciete dan wel impliciete vergelijking met Windows en Mac is evenmin sprake: de gemiddelde consument zal de TVC niet zo opvatten dat het hier een vergelijking met andere besturingssystemen (OS) betreft, of, meer specifiek, dat het Chromebook eigenschappen bezit die Windows en Mac OS niet hebben. In dit verband is ook de betekenis van het woord "switchen" zodanig algemeen, dat daaruit niet kan worden afgeleid dat de gemiddelde consument de teksten "het is tijd om te switchen naar een Chromebook" en "dus als je dat allemaal wilt, switch dan naar Chromebook" zonder meer zal opvatten als 'overstappen van een Mac OS of Windows OS naar Chromebook OS'.

Samengevat is de Commissie van oordeel dat in de TVC niet geclaimd wordt dat Chromebook laptops unieke kenmerken hebben ten opzichte van de rest. De suggestie dat laptops van andere fabrikanten, met een ander OS, deze eigenschappen niet zouden hebben, zoals klager betoogt, ligt naar het oordeel van de Commissie niet in de uiting besloten.

Voor wat betreft het tweede deel van de klacht overweegt de Commissie het volgende: Volgens klager kan een Chromebook niet als één product worden aangeprezen, nu er Chromebooks in verschillende prijsklassen zijn, met verschillende kwaliteiten. Klager heeft niet nader onderbouwd voor welke Chromebooks de beweringen over de batterijduur en beveiliging in de TVC niet gelden. Nu adverteerder daarentegen wel voldoende aannemelijk heeft gemaakt dat alle Chromebooks aan de beweringen met betrekking tot de batterijduur, het updaten en de ingebouwde beveiliging voldoen, wordt dit deel van de klacht eveneens afgewezen.

Gelet op het bovenstaande wordt als volgt beslist.



De beslissing

De Commissie wijst de klacht af.

Partijen hebben, voor zover zij in het ongelijk gesteld zijn, de mogelijkheid tegen deze uitspraak beroep aan te tekenen bij het College van Beroep, onder gelijktijdige storting van het voor de behandeling van het beroep verschuldigde bedrag. Het beroepschrift dient binnen 14 dagen na dagtekening van deze beslissing in het bezit te zijn van het College van Beroep, waarvan het secretariaat gevestigd is te Amsterdam. Het postadres van het secretariaat is: postbus 75684, 1070 AR Amsterdam.

De voorzitter

Mr. R.H. Mulderije

De secretaris

Mr. A.E. den Hartog

Gewezen door mr. R.H. Mulderije, voorzitter, mr. M. van Breda, mr. J.J. van Ewijk en L. Franken, leden, en mr. A.E. den Hartog, plaatsvervangend lid en secretaris.

Amsterdam, 26 oktober 2020