MINISTERIET
SLOTS- OG KULTURSTYRELSEN

Radio- og tv-nævnet

Hammerichsgade 14
1611 København V
Telefon 33 95 42 00

rtv@slks.dk

www.slks.dk

TV 2 Danmark A/S
Att. Hanne Sønderby
Sendt til: hans@tv2.dk

D. 9. september 2026
Jour.nr.: 25/13066

Afgørelse vedr. klage vedr. reklame for VitaDora

Radio- og tv-nævnet har behandlet klagen vedr. manglende overholdelse af markedsføringsloven i reklame for VitaDora sendt på TV 2 på nævnets møde den 1. september 2026.

Afgørelse
Radio- og tv-nævnet træffer afgørelse om, at reklamen for VitaDora på TV 2 er i strid med § 7, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 1155 af 18. juni 2020 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber, idet reklamen er i strid med § 5, jf. §§ 8 og 13 i bekendtgørelse af lov om markedsføring nr. 1420 af 2. december 2024.

Radio- og tv-nævnet træffer ydermere afgørelse om at påtale TV 2 Danmark A/S' (herefter TV 2) overtrædelse af reklamereglerne og pålægger TV 2 som medietjenesteudbyder at offentliggøre nævnets afgørelse efter § 37, stk. 3 i bekendtgørelse nr. 1155 af 18. juni 2020 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber (herefter reklamebekendtgørelsen).

Sagsfremstilling
Sagens baggrund
Radio- og tv-nævnet modtog den 6. december 2025 en klage over en reklame for VitaDora, som klager ved opfølgende høring oplyser, at denne senest så på TV 2 den 8. december 2025. I klagen anføres det, at det i reklamen anbefales, at folk med rygproblemer anvender dr. Ho's MotionSolution (-massagemåtte) i stedet for at konsultere specialister på området.

TV 2 har i forbindelse med sagen fremsendt reklamen til Radio- og tv-nævnet.

Reklamen begynder med en række korte klip af mennesker, der udtrykker smerte og tager sig til ryg og nakke, hvor lydsporet er: *"Er selv de simpleste bevægelser ubærlige? Har du en stivhed i kroppen, der får dig til at føle dig ældre end du er?*"

Herefter klippes der til en mand, der holder en del af en kunstig rygsøjle. Manden præsenteres både ved lyd og tekst som doktor Michael Ho, hvor der i tekstfeltet nedenunder skrives 'kiropraktor'. Skærmen splittes i to, hvor man i venstre side af skærmen ser en kvinde anvende MotionSolution-måtten, og hvor man i højre side ser en mand få behandling af et menneske, ved at to hænder bevæger hans nakke. Stadig med splittet skærm vises doktor Michael Ho i gang med at rådgive to forskellige kvinder. Lydsporet lyder; *"Dr. Michael Ho har brugt de sidste 35 år på at udvikle effektive og brugervenlige produkter, der har hjulpet tusindvis af mennesker med at lindre smerter".*

Efterfølgende vises MotionSolution-måtten med angivelser af hvilke kropsdele, der skal placeres hvor på måtten. Hertil lyder speaken; *"Og i dag introducerer vi Dr. Ho's MotionSolution-mat. Den tilbyder dig passiv bevægelse, der hjælper dig med at strække, aflaste, rotere og blødgøre din rygsøjle. Dr. Ho's MotionSolution-måtte træner blidt hele din rygsøjle".*

Derefter følger en række små klip der kombinerer visning af mennesker, der anvender MotionSolution-måtten og animationer af, hvilke områder på kroppen som måtten kan påvirke. Igen splittes skærmen i to, hvor man i venstre side af skærmen ser en kvinde anvende MotionSolution-måtten, og hvor man i højre side ser en mand få behandling af et menneske, ved at to hænder bevæger hans nakke. Skærmen splittes herefter i fire, hvor animationer viser de forskellige funktioner i MotionSolution-måtten: 'Strækker sig ud', 'roterende', 'afslappende', 'massering'. Herefter er der en længere sekvens, hvor der skiftes mellem visning af mennesker, der anvender MotionSolution-måtten og så interviews med personer, der fortæller om, hvordan de anvender MotionSolution-måtten, og hvordan den har hjulpet dem. Det næste, der vises, er, hvordan måtten fungerer i praksis samt hvordan man indstiller den korrekt. Slutteligt vises små klip af MotionSolution-måtten, hvor pris, producent samt kontaktoplysninger står på skærmen, samtidig med det påklagede lydspor: *"Brug ikke tusindvis af kroner på specialister, lad Dr. Ho's MotionSolutions-måtte tage sig af din ryg. Ring eller bestil nu på vitadora.dk. Pas på din rygsøjle. Bestil nu. Du fortjener det".*

<u>TV 2's bemærkninger</u>

TV 2 har i sit høringssvar til Radio- og tv-nævnet af 14. januar 2026 oplyst, at reklamen er godkendt ud fra en vurdering af, at en gennemsnitsforbruger vil være i stand til at gennemskue, at MotionSolution-måtten skal ses som et redskab til at opnå øget velvære – ikke som alternativ til fx fysioterapi eller kiropraktik. I sit høringssvar forholder TV 2 sig også til citatet *"Brug ikke tusindvis af kroner på specialister. Lad Dr. Ho's MotionSolution-måtte tage sig af din ryg".* TV 2 beskriver det som en prissammenligning mellem løbende velværebehandling udført af fx massører og engangsudgiften til MotionSolution-måtten. Det er derfor TV 2's vurdering, at reklamen ikke strider mod reklamebekendtgørelsen eller markedsføringsloven.

I høringssvaret fra TV 2 indgår også en udtalelse fra annoncøren bag VitaDora.dk, Myori Nordic AB, der har oplyst følgende:

"Dr. Ho's MotionSolution Mat er ikke et medicinsk produkt og erstatter på ingen måde kontakt med specialister, fysioterapeuter eller læger. Produktet er beregnet til daglig brug til at strække, lindre, og massere ryggen, også med varme, hvis det ønskes."

Myori Nordic AB oplyser desuden, at de har bestilt en redigeret version af filmen, hvor udsagnet "brug ikke tusindvis af kroner på specialister" er slettet.

Udtalelse fra Forbrugerombudsmanden

Radio- og tv-nævnet har ved mail af 8. april 2026 anmodet Forbrugerombudsmanden om en udtalelse i sagen, jf. § 37, stk. 2 i reklamebekendtgørelsen.

Forbrugerombudsmanden har den 22. juni 2026 udtalt følgende til Radio- og tv-nævnet:

" […] Det er Forbrugerombudsmandens vurdering, at VitaDoras markedsføring i den pågældende reklame kan være i strid med vildledningsforbuddet i markedsføringslovens §§ 5 og 6, jf. § 8, hvis ikke de udsagn, som fremsættes i reklamen, kan dokumenteres, jf. markedsføringslovens § 13.

[…] Det fremgår af markedsføringslovens § 5, stk. 1, at en erhvervsdrivendes handelspraksis ikke må "*indeholde urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform eller på anden måde vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, uanset om oplysningerne er faktuelt korrekte.*"

Det fremgår af markedsføringslovens § 6, stk. 1, at en erhvervsdrivende ikke må "*vildlede ved at udelade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde.* "

Hvis vildledningen egner sig til at få forbrugeren til at træffe en beslutning, som denne ellers ikke ville have truffet, jf. markedsføringslovens § 8, har den erhvervsdrivende handlet i strid med §§ 5 og 6, som er strafbelagt, jf. markedsføringslovens § 37, stk. 3.

Det fremgår endvidere af markedsføringslovens § 13, at den erhvervsdrivende skal kunne *"dokumentere rigtigheden af oplysninger om faktiske forhold."*

Hvis ikke den erhvervsdrivende kan dokumentere udsagn om faktiske forhold, kan markedsføringen være vildledende i strid med vildledningsforbuddet i markedsføringslovens §§ 5 og 6, jf. § 8.

Det fremgår af forarbejderne til markedsføringsloven, at formålet med markedsføringslovens § 8 ikke er at forbyde den almindelige og legale reklamepraksis, der består i at fremsætte overdrevne udtalelser eller udtalelser, som ikke er beregnet til at blive opfattet bogstaveligt. Det gælder f.eks. almindelige anprisninger som "byens flotteste kager". Det fremgår endvidere af bemærkningerne til markedsføringslovens § 13,2 at dokumentationskravet ikke gælder for udsagn, som har karakter af almindelige anprisninger. […]

Det er Forbrugerombudsmandens vurdering, at VitaDoras markedsføring i den pågældende reklame er egnet til at give forbrugeren den opfattelse, at VitaDoras produkt helt eller delvist kan træde i stedet for behandling hos specialister. Det skyldes navnlig udsagnene "*Strategisk placerede tryk-luftskamre arbejder med din rygsøjle, på samme måde, som en terapeut ville gøre.*" og "*Brug ikke tusindvis af kroner på specialister. Lad DR-HO's MotionSolution-måtte tage sig af din ryg.*"

I reklamen fremsættes således faktuelle oplysninger, som skal kunne dokumenteres, jf. markedsføringslovens § 13. Nærmere bestemt skal VitaDora kunne dokumentere, at deres produkt helt eller delvist kan træde i stedet for behandling hos specialister. Hvis ikke VitaDora kan dokumentere ovenstående, kan markedsføringen være vildledende i strid med markedsføringslovens §§ 5 og 6, jf. § 8."

TV 2's supplerende bemærkninger til Forbrugerombudsmandens udtalelse
Radio- og tv-nævnet sendte den 7. juli 2026 Forbrugerombudsmandens udtalelse til TV 2 for afgivelse af eventuelle bemærkninger til udtalelsen.

TV 2 svarede Radio- og tv-nævnet med en bemærkning om, at sekvensen, hvor Forbrugerombudsmanden i sin udtalelse henviser til *"Strategisk placerede trykluftskamre arbejder med din rygsøjle, på samme måde, som en terapeut ville gøre*" efterfølges af *"Den strækker, lindrer og masserer blidt hele din rygsøjle, den forbedrer din rygsøjles naturlige elasticitet, mens du slapper af"*. TV 2 Danmark anførte, at dette beskrives som en massage, og at ordet 'terapeut' i denne sammenhæng skulle forstås som f.eks. en massør, hvorfor TV 2 ikke fandt, at udsagnet kunne opfordre til at lade produktet erstatte konsultation hos en specialist som eksempelvis fysioterapeut eller en kiropraktor.

TV 2 bemærkede desuden, at annoncøren har fjernet udsagnet *"brug ikke tusindvis af kroner på specialister"* fra reklamen. Efter bemærkningerne fra Forbrugerombudsmanden har annoncøren også fjernet udsagnet *"strategisk placerede trykluftkamre påvirker din rygsøjle på samme måde, som en terapeut ville gøre det"* fra reklamen.

TV 2 henviste derudover til det allerede afgivne høringssvar.

Radio- og tv-nævnets vurdering
Det følger af reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 2, at:

"Reklamer skal være i overensstemmelse med markedsføringsloven og i øvrigt respektere alment accepterede reklameetiske normer."

Det følger af markedsføringslovens § 5, stk. 1, at:

En erhvervsdrivendes handelspraksis ikke må "*indeholde urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform eller på anden måde vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, uanset om oplysningerne er faktuelt korrekte.*"

Det følger af markedsføringslovens § 8 at:

"Det er en betingelse for, at der er handlet i strid med §§ 4-7, at den pågældende handelspraksis væsentligt forvrider eller vil kunne forventes væsentligt at forvride den økonomiske adfærd hos gennemsnitsforbrugeren eller, hvis den pågældende handelspraksis rettes mod en særlig gruppe af forbrugere, hos et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.

Stk. 2. En handelspraksis, som den erhvervsdrivende med rimelighed må formode kun forvrider den økonomiske adfærd væsentligt hos en klart identificerbar gruppe af forbrugere, der er særlig sårbare over for denne praksis eller det omhandlede produkt, herunder på grund af mentale eller fysiske handicap, alder eller godtroenhed, vurderes med udgangspunkt i et gennemsnitligt medlem af denne gruppe."

Det følger af markedsføringslovens § 13, at:

"Den erhvervsdrivende skal kunne dokumentere rigtigheden af oplysninger om faktiske forhold."

Spørgsmålet i sagen er, om reklamen for VitaDora sendt på TV 2 den 8. december 2025 overtræder reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 2, ved at være bragt i strid med markedsføringslovens regler ovenfor.

<u>Vurdering af reklamen efter markedsføringslovens § 5, stk. 1, og §§ 8 og 13</u>
I henhold til Forbrugerombudsmandens udtalelse af 22. juli 2026, er det dennes vurdering, at VitaDoras markedsføring i den pågældende reklame er egnet til at give forbrugeren den opfattelse, at VitaDoras produkt helt eller delvist kan træde i stedet for behandling hos specialister. Forbrugerombudsmanden henviser til udsagnene "*Strategisk placerede trykluftskamre arbejder med din rygsøjle på samme måde, som en terapeut ville gøre.*" og "*Brug ikke tusindvis af kroner på specialister. Lad DR- HO's MotionSolution-måtte tage sig af din ryg*."

I TV 2's høringssvar af 13. januar 2026 fremgår det, at annoncøren bag reklamen har afvist over for TV 2, at VitaDoras produkt kan træde i stedet for behandling hos specialister. I sit supplerende høringssvar af 15. juli 2026 har TV 2 anført, at ordet 'terapeut' skal forstås som fx en massør, og at udsagnet "*strategisk placerede trykluftkamre påvirker din rygsøjle på samme måde, som en terapeut ville gøre det"* ikke i sig selv udgør en (indirekte) opfordring til at lade produktet erstatte en konsultation hos en egentlig rygspecialist i form af fx en fysioterapeut eller en kiropraktor.

Det er Radio- og tv-nævnets vurdering, at reklamens ud fra en samlet vurdering giver indtryk af, at VitaDoras produkt helt eller delvist kan træde i stedet for behandling hos specialister. I vurderingen indgår bl.a. de nævnte udsagn og det todelte skærmbillede, hvor massagemåtten vises side om side med en behandling udført af, hvad der efter nævnets vurdering ligner en professionel behandler, hvilket skaber en visuel sammenligning mellem brugen af massagemåtten og fysiologisk professionel behandling. Da annoncøren

selv har bekræftet, at produktet på ingen måde erstatter kontakt med specialister, fysioterapeuter eller læger, er det Radio- og tv-nævnets vurdering, at der er tale om vildledende reklame i strid med markedsføringslovens § 5, stk. 1. På baggrund af udtalelsen lægges det til grund, at der ikke kan fremlægges dokumentation for rigtigheden af, at produktet helt eller delvist kan træde i stedet for behandling hos specialister, jf. markedsføringslovens § 13. Vildledningen er efter nævnets vurdering egnet til at påvirke forbrugerens økonomiske adfærd, således at forbrugeren træffer en beslutning, som forbrugeren ellers ikke ville have truffet, jf. markedsføringslovens § 8. Nævnet har ved denne vurdering lagt vægt på, at reklamen må antages særligt at kunne påvirke en klart identificerbar gruppe af sårbare forbrugere, herunder personer, der lider af fysiske smerter. Reklamens egnethed til at påvirke den økonomiske adfærd skal derfor vurderes ud fra et gennemsnitligt medlem af denne gruppe, jf. markedsføringslovens § 8, stk. 2.

På baggrund af ovenstående er det Radio- og tv-nævnets samlede vurdering, at reklamen for VitaDora er bragt i strid med reklamebekendtgørelsens § 7, stk. 2.

Lovgrundlag
Bekendtgørelse nr. 1155 af 18. juni 2020 om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber.

Bekendtgørelse af lov nr. 1420 af 2. december 2024 om markedsføring.

Klagevejledning
Radio- og tv-nævnets afgørelser er endelige og kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed, jf. § 40 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed m.v. nr. 1350 af 4. september 2020.

Hvis I har spørgsmål
Hvis I har spørgsmål, er I velkomne til at kontakte os. Hvis I henvender jer, vil vi bede jer oplyse journalnummer: 25/13066.

Venlig hilsen

Søren Sandfeld Jakobsen
Formand for Radio- og tv-nævnet
E-mail: rtv@slks.dk