

TV 2/DANMARK A/S  
Teglholm Allé 16  
2450 København SV  
Att.: Reklamejura

København den 31. august 2007

**Klage over tv-reklame for Viasat A/S "Dokumentarkanaler" sendt på TV 2/Danmark**

Canal Digital A/S repræsenteret ved advokatfirmaet Plesner har ved brev af 1. februar 2007 indgivet følgende klage til Radio- og tv-nævnet over en tv-reklame for Viasat A/S sendt på TV 2/Danmark:

*"På vegne af min klient Canal Digital A/S, skal jeg hermed indbringe en TV-reklame for Viasat A/S for Radio- og TV-Nævnet.*

*Reklamen er blevet vist løbende på TV 2 i januar måned.*

*Klager gør gældende, at reklamen er i strid med markedsføringslovens § 3 om vildledende reklame og reklamebekendtgørelsens § 8, idet reklamen ved brug af klip og logoer fra navngivne dokumentarkanaler sammenholdt med en prisangivelse på "fra 99 kr. om måneden" giver en dansk gennemsnitsforbruger anledning til at tro, at de viste dokumentarkanaler kan erhverves for kr. 99 pr. måned.*

*Dette er faktisk forkert og dermed vildledende, da den angivne pris på kr. 99 pr. måned relaterer sig til Viasats "basispakke", hvor ingen af de viste dokumentarkanaler er inkluderet.*

*Udsagnet må antages at være egnet til at påvirke efterspørgsel og udbud.*

*Det bemærkes endvidere, at angivelsen af prisen som en "fra" pris efter klagers mening ikke kan medføre en ændring af vurderingen, idet gennemsnitsforbrugeren ikke på baggrund af reklamens billedmateriale må kunne udlede, at dokumentarkanalerne ikke er omfattet af tilbuddet men af Viasats øvrige - dyrere - tv-pakker.*

**Mediesekretariatet**

Vognmagergade 10, 1.  
1120 København K

Telefon 3318 6868  
Telefax 3318 6869

radrad@mediesekretariatet.dk  
www.mediesekretariatet.dk

CVR nr. 11 88 46 52

Bank: Jyske Bank  
Reg.nr. 8109  
Konto nr. 1002 295

*Endvidere har forbrugerombudsmanden i sager vedrørende flyselskabers salg af billige flybilletter kommenteret på brugen af ordet "fra" i forbindelse med prisangivelser og gjort opmærksom på, at det ikke er nok at bruge "fra-priser" i markedsføringen, hvis der er begrænsninger i forbindelse med produktet, og der ikke anføres andet i reklamen.*

*Det bemærkes, at der i reklamen med små typer i ca. tre et halvt sekund angives følgende:*

*"Foruds. Oprett. Af Basis-årsabon. På Viasats alm. Vilkår.  
Samlet pris 1. år er 1.987 kr."*

*Denne tekst står med ganske små bogstaver i ganske kort tid, og læsbarheden vanskeliggøres betydeligt af skiftende skærm billeder i baggrunden og brugen af utraditionelle forkortelser, således at teksten næppe er tydelig nok til, at en gennemsnitsseer vil kunne nå at læse og opfatte teksten, herunder indholdets begrænsninger og konsekvenser.*

*På baggrund af ovenstående ønskes Radio- og TV-Nævnets afgørelse af, hvorvidt reklamen er i overensstemmelse med reklamebekendtgørelsens § 8.  
..."*

## **Beskrivelse**

TV 2/Danmark A/S har med sit hørings svar af 19. marts 2007 tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med tv-reklamen "Dokumentarkanaler" for Viasat A/S.

Reklamen varer 30 sekunder og viser en række klip fra nogle af de natur-, dyre- og nyhedsprogrammer, der indgår i Viasats kanaludbud. Reklamen afsluttes med såvel mundtlig som skriftlig oplysning om, at Viasats tv-pakke kan købes fra 99 kr. om måneden.

Billedsiden suppleres af følgende speak, skilte og logoer:

Speak:

*"Viasat Nature – Blot ét af Viasats 10 dokumentar- og nyhedskanaler  
Lige nu får du en Viasat tv pakke – Fra kun 99 kr. pr. måned.*

*Ring 70 121 121 eller bestil direkte på [viasat.dk](http://viasat.dk).  
Viasat, your number One in Documentaries."*

Samtidig med speaken vises følgende skilte og logoer:

*"- Klodens tilstand*

*- Sandheden om Afrikas naturreservater*

*- Mødet med den hvide haj*

*- (Logo'er) VIASAT NATURE – History - Viasat Explore – National Geographic Channel- TV 2 NEWS*

*- 1 af 10 dokumentar og nyhedskanaler*

*- Digital tv fra 99,-\* pr. måned ("fra" står med mindre bogstaver i forhold til resten af teksten) Prisen står på skærmen i 9 sekunder.*

*- 70 121 121 / [Viasat.dk](http://Viasat.dk)*

*- (Logo) Viasat – Your No. 1 in Documentaries"*

Endelig vises en pligttekst, som står på skærmen i 4 sekunder:

*"Foruds. Oprett. af Basis-årsabon. på Viasats alm. vilkår. – samlet pris 1. år 1.967 kr."*

## **Høring**

TV 2/Danmark A/S v/Chef for reklamejura Marianne Pittelkow har i høringssvar af 19. marts 2007 anført følgende kommentarer til Canal Digital A/S' klage:

*"...*

*TV 2|DANMARK A/S har opfattet reklamen som en præsentation af Viasat's udvalg af dokumentar- og nyhedskanaler. Vi har ved vurderingen af reklamen lagt til grund, at de kanaler, der refereres til i reklamen, er en del af den TV-pakke, der præsenteres i afslutningen.*

*Da indholdet af reklamen ikke giver grund til at tro, at det skulle forholde sig anderledes, har vi ikke fundet anledning til at undersøge det nærmere indhold af den nævnte TV-pakke.*

*Reklamen indeholder endvidere en pligttekst med oplysning om, at tilbudet forudsætter omrettelse af Viasat's basis-abonnement til en samlet pris af 1.967 kr. for det første år.*

*Det er TV 2|DANMARK A/S' opfattelse, at den omtalte pligttekst står længe og stort nok på skærmen til, at seerne har mulighed for at læse den. Det er således vores vurdering, at pligtteksten ikke i sig selv medfører, at reklamen er vildledende.*

*Det skal i den forbindelse bemærkes, at den af klager fremsendte kopi af reklamen er kendetegnet ved en meget dårlig opløsning, der ikke giver et retvisende billede af den omtalte pligttekst.*

*Der vedlægges derfor en ny version af reklamen, en udtalelse fra annoncøren samt en tekstudskrift."*

Viasat A/S, som er repræsenteret ved advokatfirmaet Bech-Bruun, er ved brev af 15. marts 2007 fremkommet med følgende kommentarer til klagen:

"...

*For en god ordens skyld skal jeg oplyse, at Viasat i februar 2005 gennemførte en lignende reklame-kampagne uden nogen reaktion fra Canal Digital eller andre.*

*På vegne af Viasat har jeg nedenstående kommentarer til tv-reklamen.*

*I reklamens speak omtales "Viasat Nature – blot én af Viasats 10 dokumentar- og nyhedskanaler". Samtidig vises klip og logoer fra programmerne Viasat Explorer, National Geographic Channel og TV 2 News. Herefter fortsætter speaken "Lige nu får du en Viasat tv-pakke fra kun 99 kr. pr. måned", mens der vises et tydeligt skilt med fra-prisen på kr. 99.*

*Af reklamen fremgår således, at Viasat har flere pakker, jf. ordene "en Viasat tv-pakke", og at den billigste af disse tv-pakker kan fås for kr. 99, jf. ordet "fra". Det fremgår således på ingen måde af reklamen, at Viasat alene har én tv-pakke til kr. 99-*

*Canal Digital's advokat anfører i klagen til Radio- og tv-nævnet, at ingen af de viste kanaler er inkluderet i Viasats basispakke. Hertil bemærkes, at speaken omtaler én ud af flere af Viasats "dokumentar- og nyhedskanaler". Nyhedskanalen TV 2 News indgår i Viasats basispakke, som koster kr. 99 pr. måned.*

*Det er Viasats opfattelse, at det ikke i sig selv er vildledende at anvende betegnelsen "fra-priser" i tv-reklamer. Brugen af "fra-priser" anvendes bredt i virksomhedens markedsføring. Vurderingen af, om der er tale om vildledning må foretages ud fra den formodede forventning hos en gennemsnitsforbruger. Det er Viasats opfattelse, at gennemsnitsforbrugeren formodes at vide, at en "fra-pris" angiver den billigste vare, i dette tilfælde basispakken, og at man ved at betale en lidt højere pris vil kunne få den lidt dyrere vare, i dette tilfælde Guld-pakken. Reklamen har da heller ikke givet anledning til henvendelser fra borgere, der har fået den opfattelse, at samtlige af de omtalte tv-kanaler indgår i basis-pakken. At Viasats eneste konkurrent, Canal Digital, finder reklamen vildledende, og i denne forbindelse fremhæver pligtteksten, kan kun undre, idet Canal Digital også benytter sig af bindingsperioder og nærmest enslydende pligttekst i sine tv-reklamer.*

*Tilsvarende princip gør sig gældende i reklamer for fx briller, mobiltelefoner eller biler, hvor en bil i reklamen typisk vises med dyrt ekstraudstyr samtidig med, at der angives en "fra-pris" på bilen. Den almindelige oplyste gennemsnitsforbruger ved, at "fra-prisen" er den skræbete bilmodel uden ekstraudstyr, og at man skal betale noget mere for at få den fulde bilpakke med ekstraudstyr, som afbilledes i tv-reklamen.*

*I pligtteksten angives "Foruds. Oprett. Af Basis-års abon. På Viasats alm. Vilkår. -samlet 1. år 1.967 kr.". Det er Viasats opfattelse, at en gennemsnitsseer godt kan nå at læse og opfatte teksten, herunder indholdet af tilbudets begrænsninger og konsekvenser. Dertil kommer, at det er almindeligt kendt, at Viasats favorable tilbud på digitalt udstyr altid forudsætter køb af et abonnement i mindst 12 måneder.*

*Sammenfattende er det Viasats opfattelse, at der i reklamen er balance mellem speak, billeder og tekst samt mellem reklamens hovedbudskab og betingelser. Pligtteksten er kortfattet, ukompliceret og læsbar. Reklamen er derfor lovlig.*

*Udskrift af reklamens speak og tekst vedlægges. Reklamen vises ikke længere."*

I henhold til § 34, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn skal Radio- og tv-nævnet i sager af forbrugerretlig relevans indhente en udtalelse fra Forbrugerombudsmanden inden afgørelse træffes.

Forbrugerombudsmanden er i brev af 14. juni 2007 fremkommet med følgende bemærkninger til klagen:

"...

*Reklamen vedrører Viasats dokumentarkanaler. Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at reklamen særligt har fokus på kanalen "Viasat nature", idet der vises klip fra kanalen samtidig med, at der er en speak, der siger:*

*"Viasat Nature – Blot en af Viasats 10 dokumentar- og nyhedskanaler. Lige nu får du en Viasat TV-pakke fra kun 99 kr. pr. måned. Ring 70 121 121 eller bestil direkte på [viasat.dk](http://viasat.dk). Viasat your number one in documentaries."*

*Der vises herefter en disclaimer i ca. 4 sekunder med følgende tekst:*

*"\*Foruds. Oprett. af Basis-årsabon. På Viasat alm. vilkår – samlet pris 1 år er 1.967 kr."*

*Disclaimeren er efterfulgt af en gul boks, i ca. 10 sekunder, med følgende tekst:*

*"Digitalt TV fra 99,-\* pr. måned". Tekstboksen vedbliver med at være på skærmen, hvorimod disclamerteksten forsvinder.*

*Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at reklamen er egnet til at give en gennemsnits forbruger anledning til at tro, at de viste dokumentarkanaler, og særligt "Viasat nature" som der er særlig fokus på i reklamen, kan erhverves for kr. 99 pr. måned, svarende til kr. 1.188 for 1 år.*

*Men som bekræftet af indklagede er dette ikke tilfældet. Det er alene nyhedskanalen TV2 News, der indgår i basis-pakken til kr. 99 pr. måned.*

Det er således på denne baggrund Forbrugerombudsmandens opfattelse, at reklamen er vildledende og dermed i strid med markedsføringslovens § 3, stk. 1.

Markedsføringslovens § 3, stk. 1 har følgende ordlyd:

**§ 3.** Der må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser."

Det skal i den forbindelse endvidere bemærkes, at det efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke har nogen betydning, at der i den gule boks står anført "**fra** 99,-" (vores fremhævelse), idet reklamen netop har særlig fokus på "Viasat nature", hvorfor forbrugeren må kunne forvente, at denne kanal kan erhverves for kr. 99 pr. måned.

Det bemærkes endvidere, at den pris, der angives i disclamerteksten, og den pris, der angives i den gule boks, ikke stemmer overens. Disclamerteksten angiver en pris på kr. 99 pr. måned, svarende til en pris på i alt kr. 1.188 for 1 år, hvorimod teksten i den gule boks angiver en pris på kr. 1.967 for 1 år, svarende til kr. 164 pr. måned. Der er således tale om en årlig difference på kr. 779.

Der skal i den forbindelse henvises til markedsføringslovens § 13, stk. 1- 3, vedrørende prisoplysninger, hvor det fremgår, at der ved annoncering med priser tydeligt skal oplyses om den samlede pris. Bestemmelsen har følgende ordlyd:

**13.** Ved erhvervsmæssigt udbud af varer til forbrugerne, dog ikke salg af varer ved auktionssalg, skal der ved mærkning, skiltning eller på anden måde tydeligt oplyses om den samlede pris for varen inklusive gebyrer, omkostninger, moms og alle andre afgifter. Afgifter eller omkostninger, som den erhvervsdrivende ikke er forpligtet til at opkræve direkte hos forbrugerne, er ikke omfattet af 1. pkt., men skal oplyses særskilt. Hvor varer udbydes elektronisk til forbrugerne med mulighed for bestilling, finder 1. og 2. pkt. tilsvarende anvendelse.

Stk. 2. Stk. 1, 1. og 2. pkt., finder tilsvarende anvendelse ved erhvervsmæssigt udbud af tjenesteydelser til forbrugerne fra fast forretningssted, samt når tjenesteydelser udbydes elektronisk til forbrugerne med mulighed for bestilling. Hvor det ikke er muligt at oplyse den sam-

*lede pris for tjenesteydelsen, skal grundlaget for beregningen af prisen oplyses, såfremt dette vil gøre det muligt for forbrugerne selv at beregne den endelige pris. Er det på grund af mængden af udbudte tjenesteydelser ikke muligt at angive prisen eller beregningsgrundlaget for dem alle, skal prisen eller beregningsgrundlaget anføres for et relevant og repræsentativt udvalg.*

*Stk. 3. Når der ved annoncering eller på anden måde i markedsføringsmateriale oplyses om prisen for varer eller tjenesteydelser, skal oplysningerne opfylde kravene i stk. 1 eller 2, § 14 samt de i medfør af stk. 6 fastsatte regler. Såfremt en fabrikant, importør eller grossist i annoncer, i reklamer eller på anden måde foreslår en pris for videresalg til forbrugerne, skal det udtrykkeligt angives, at prisen er vejledende. 1. pkt. finder tilsvarende anvendelse for mundtlige prisoplysninger.”*

*Ved at angive to forskellige priser for den samme ydelse, er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at indklagede også har overtrådt markedsføringslovens § 13, stk. 3, idet der herved ikke på tydelig måde er oplyst om den samlede pris for tjenesteydelsen. Dertil kommer, at prisen på kr. 99 pr. måned er langt mere fremhævet i reklamen (både med hensyn til tid og tekststørrelse) end den samlede pris på kr. 1.967 for 1 år, som fremgår af disclaimerteksten.*

*Det skal i den forbindelse endvidere bemærkes, at Forbrugerombudsmanden ikke er enig i TV2 Danmarks synspunkt om, at disclaimerteksten (også kaldet pligtteksten) står længe og stort nok på skærmen til, at seerne har mulighed for at læse den., jf. deres brev af 19. marts 2007.*

*Der kan endvidere henvises til Forbrugerombudsmandens vejledning om salgsfremmende foranstaltninger fra januar 2007, hvor det under punkt 4, som nærmere beskriver hvilke krav der stilles til tilgængeligheden af tilbudsbetingerne fremgår, at:*

*”Efter Forbrugerombudsmandens faste praksis betyder dette principielt, at også i såkaldt flygtige medier – medier med en særlig gennemslagskraft og en yderst begrænset mulighed for modtageren til at studere reklamebudskabet endnu en gang (fx fjernsyn) – stilles der samme krav til tydelig oplysning om betingelser for et tilbud som ved anden form for markedsføring. Hvis den erhvervsdrivende vil være sikker på at opfylde tilgængelighedskravet skal alle betingelser derfor fremgå direkte af reklamen.*



*Er det imidlertid på grund af mediets art ikke muligt at gengive alle betingelser i reklamen, men nødvendigt at henvise til et andet medie, er det afgørende, at reklamen, herunder omtalen af den salgsfremmende foranstaltning, er beskrevet klart, loyalt og afbalanceret med hensyn til fordele og betingelser/begrænsninger. Dette indebærer, at fordele og ulemper skal markedsføres med tilnærmelsesvis samme meddelelseseffekt i forhold til forbrugeren. I modsat fald vil reklamen kunne være vildledende, jf. markedsføringslovens § 3 – uanset om vilkårene er beskrevet udførligt og let tilgængeligt et andet sted. Om tilgængelighedskravet i det enkelte tilfælde er opfyldt, vil altid bero på en konkret vurdering af markedsføringsforanstaltningen og herunder af betingelserne for tilbuddet og deres betydning for forbrugers mulighed for at afveje tilbuddet.”*

*Det bemærkes, at al markedsføring bedømmes med udgangspunkt i det helhedsindtryk, den umiddelbart giver forbrugerne. Såvel ordvalget, annoncerens opsætning og valg af medie skaber helhedsindtrykket. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse må der ved brug af tv-reklamer tages hensyn til mediets særlige karakter, herunder seernes begrænsede mulighed for at gøre sig bekendt med detaljer i reklamebudskabet.*

*I det omfang en annoncør gør gældende, at det ikke er muligt at oplyse tydeligt om alle prisforhold og vilkår mv. i en tv-reklame, er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at man bør afstå fra at komme med prisoplysninger.*

*Vi skal i denne forbindelse henvise til Forbrugerombudsmandens retningslinjer for markedsføring på teleområdet, som kan ses på [www.forbrugerombudsmanden.dk](http://www.forbrugerombudsmanden.dk). Retningslinjerne trådte i kraft den 1. april 2005 og indeholder bl.a. principper for annoncering med priser mv., jf. retningslinjernes pkt. 3.1.*

*Den fremsendte CD-Rom returneres samtidig hermed.*

*Forbrugerombudsmanden skal venligst anmode om at blive orienteret om Radio- og Tv-nævnets afgørelse i sagen.”*

### **Radio- og tv-nævnets vurdering**

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, stk. 1, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed jf. lovbekendtgørelse nr. 338 af 11. april 2007 på sit

møde den 29. august 2007 behandlet sagen og skal udtale:

Det er Canal Digital A/S' opfattelse, at tv-reklamen "Dokumentarkanaler" for Viasat A/S sendt på TV 2/Danmark er i strid med markedsføringslovens § 3 om vildledende reklame samt reklamebekendtgørelsens § 8, idet reklamen ved brug af klip og logoer fra navngivne dokumentarkanaler sammenholdt med en prisangivelse på "fra 99 kr. om måneden" giver en dansk gennemsnitsforbruger anledning til at tro, at de viste dokumentarkanaler kan erhverves for kr. 99 pr. måned. Canal Digital A/S finder denne oplysning faktisk forkert, da den angivne pris på kr. 99 pr. måned relaterer sig til Viasats "basispakke", hvor ingen af de viste dokumentarkanaler er inkluderet. Endvidere bemærker Canal Digital A/S, at der på skærmen kortvarigt med små bogstaver vises teksten:

*"Foruds. Oprett. af Basis-årsabon. på Viasats alm. vilkår. – samlet pris 1. år 1.976 kr."*

Canal Digital A/S er af den opfattelse, at teksten ikke er tydelig nok til, at en gennemsnitsseer vil kunne nå at læse og opfatte teksten, herunder indholdets begrænsninger og konsekvenser.

I henhold til § 8, stk. 2, i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn skal reklamer være i overensstemmelse med markedsføringsloven og i øvrigt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

Ifølge markedsføringslovens § 3, stk. 1, må der ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgsel eller udbud af varer, fast ejendom og andre formuegoder samt arbejds- og tjenesteydelser.

Reklamen varer 30 sekunder og viser en række klip fra nogle af de naturdyre- og nyhedsprogrammer, der indgår i Viasats kanaludbud, samt logoer for kanalerne. Reklamen afsluttes med såvel mundtlig som skriftlig oplysning om, at Viasats tv-pakke kan købes fra 99 kr. om måneden. Prisangivelsen for tv-pakken fra 99,-\* pr. måned, står på skærmen i 9 sekunder, og "fra" står med mindre bogstaver end resten af teksten.

Pligtteksten: *"Foruds. Oprett. af Basis-årsabon. på Viasats alm. vilkår. – samlet pris 1. år 1.976 kr."*, står på skærmen i 4 sekunder.

TV 2/Danmark A/S har bl.a. anført følgende bemærkninger i sit hørings-svar:

"...

*TV 2|DANMARK A/S har opfattet reklamen som en præsentation af Viasat's udvalg af dokumentar- og nyhedskanaler. Vi har ved vurderingen af reklamen lagt til grund, at de kanaler, der refereres til i reklamen, er en del af den TV-pakke, der præsenteres i afslutningen.*

...

*Reklamen indeholder endvidere en pligttekst med oplysning om, at tilbudet forudsætter omrettelse af Viasat's basis-abonnement til en samlet pris af 1.967 kr. for det første år.*

*Det er TV 2|DANMARK A/S' opfattelse, at den omtalte pligttekst står længe og stort nok på skærmen til, at seerne har mulighed for at læse den. Det er således vores vurdering, at pligtteksten ikke i sig selv medfører, at reklamen er vildledende.*

..."

Nævnet forstår TV 2/Danmark A/S' bemærkninger således, at TV 2/Danmark A/S ligesom klager har opfattet reklamen således, at de i reklamen viste dokumentar- og nyhedskanaler er en del af basis tv-pakken. TV 2/Danmark A/S finder imidlertid, at selve pligtteksten står længe og stort nok på skærmen til at seerne har mulighed for at læse den, hvorfor pligtteksten efter stationens opfattelse ikke i sig selv medfører, at reklamen er vildledende.

Viasat A/S anfører i sin udtalelse til klagen, at det fremgår, at Viasat har flere pakker, jf. ordene "en Viasat tv-pakke", og at den billigste af disse tv-pakker kan fås for kr. 99, jf. ordet "fra".

Det er endvidere Viasats opfattelse, at det ikke i sig selv er vildledende at anvende betegnelsen "fra-priser" i tv-reklamer, og at gennemsnitsforbrugeren formodes at vide, at en "fra-pris" angiver den billigste vare; i dette tilfælde basispakken.

Endelige finder Viasat, at en gennemsnitsseer kan nå at læse og opfatte pligtteksten, herunder indholdet af tilbudets begrænsninger og konsekvenser.

Sammenfattende er det Viasats opfattelse, at der i reklamen er balance mellem speak, billeder og tekst samt mellem reklamens hovedbudskab og betingelser. Pligtteksten er efter Viasats opfattelse kortfattet, ukompliceret og læsbar. Viasat A/S finder derfor, at reklamen er lovlig.

Forbrugerombudsmanden har følgende vurdering af reklamen:

“...

*Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at reklamen er egnet til at give en gennemsnits forbruger anledning til at tro, at de viste dokumentar-kanaler, og særligt “Viasat nature” som der er særlig fokus på i reklamen, kan erhverves for kr. 99 pr. måned, svarende til kr. 1.188 for 1 år.*

*Men som bekræftet af indklagede er dette ikke tilfældet. Det er alene nyhedskanalen TV2 News, der indgår i basis-pakken til kr. 99 pr. måned.*

*Det er således på denne baggrund Forbrugerombudsmandens opfattelse, at reklamen er vildledende og dermed i strid med markedsføringslovens § 3, stk. 1.*

...

*Det skal i den forbindelse endvidere bemærkes, at det efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke har nogen betydning, at der i den gule boks står anført “**fra** 99,-” (vores fremhævelse), idet reklamen netop har særlig fokus på “Viasat nature”, hvorfor forbrugeren må kunne forvente, at denne kanal kan erhverves for kr. 99 pr. måned.*

...

*Det bemærkes endvidere, at den pris, der angives i disclamerteksten, og den pris, der angives i den gule boks, ikke stemmer overens. Disclamerteksten angiver en pris på kr. 99 pr. måned, svarende til en pris på i alt kr. 1.188 for 1 år, hvorimod teksten i den gule boks angiver en pris på kr. 1.967 for 1 år, svarende til kr. 164 pr. måned. Der er således tale om en årlig difference på kr. 779.*

...

*Ved at angive to forskellige priser for den samme ydelse, er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at indklagede også har overtrådt markedsføringslovens § 13, stk. 3, idet der herved ikke på tydelig måde er oplyst om den samlede pris for tjenesteydelsen. Dertil kommer, at prisen på kr. 99 pr. måned er langt mere fremhævet i reklamen (både med hensyn til tid og tekststørrelse) end den samlede pris på kr. 1.967 for 1 år, som fremgår af disclaimerteksten.*

*Det skal i den forbindelse endvidere bemærkes, at Forbrugerombudsmanden ikke er enig i TV2 Danmarks synspunkt om, at disclaimerteksten (også kaldet pligtteksten) står længe og stort nok på skærmen til, at seerne har mulighed for at læse den., jf. deres brev af 19. marts 2007.*

...

*.. fordele og ulemper skal markedsføres med tilnærmelsesvis samme meddelelseeffekt i forhold til forbrugeren.*

..."

Nævnet er enig med Viasat A/S i, at det ikke i sig selv er vildledende at benytte "fra priser" i tv-reklamer.

Det afgørende er imidlertid om, der er overensstemmelse mellem tekst, speak samt billedside og om pligtteksten, der oplyser om betingelserne for at tilbudet er gældende, er tilstrækkelig tydeligt kommunikeret til at seerne kan nå at læse og opfatte det fuldstændige indhold og om der dermed er balance mellem hovedbudskabet og begrænsningerne. Jo væsentligere begrænsningerne er, jo større vil kravet til tydeliggørelsen af disse begrænsninger være i reklamen, jf. Nævnets afgørelse af 20. oktober 2004 vedrørende Telia Unlimited.

Det er Nævnets opfattelse, at visningen af klip fra en række natur- og nyhedskanaler, samt logoet herfor, sammenholdt med speaken: "Viasat Nature – Blot ét af Viasats dokumentar- og nyhedskanaler..." umiddelbart giver en formodede forventning hos en "almindelig oplyst, rimelig opmærksom og velunderrettet gennemsnitsforbruger" om, at disse kanaler er inde-

holdt i den konkrete tv-pakke, som der reklameres for. Dette er imidlertid ikke korrekt, da kun TV 2/News er indeholdt i Basis tv-pakken.

Spørgsmålet er om angivelsen af prisen fra 99,- \* pr. måned, som oplyses såvel mundtligt som skriftligt, er tilstrækkelig til at gøre seerne opmærksomme på, at de viste kanaler ikke nødvendigvis er en del af basis tv-pakken til 99 kr. pr. måned.

Begrænsningen "fra" står med småt i forhold til resten af teksten, og uanset at prisskiltet vises på skærmen i 9 sekunder, er det Nævnets opfattelse, at en gennemsnitsseer ikke vil opfatte denne begrænsning. Den formodede forventning for en gennemsnitsseer vil derfor efter Nævnets opfattelse være, at kanaludbudet, der vises i reklamen kan erhverves for 99 kr. pr. måned.

Pligttæksten, hvorefter tilbudet om 99 kr. pr. måned forudsætter oprettelse af et basisårsabonnement til en samlet pris på 1.967 kr., står med en lille og utydelig skrift og vises kun på skærmen i 4 sekunder.

Ifølge TV 2/Danmark A/S' egne retningslinier for tekst i tv-reklamer skal en tekst stå i minimum 2 sekunder på skærmen. Dertil skal lægges en tillægs-længde på 0,2 sekund pr. ord. Teksten skal minimum have en størrelse, der svarer til, at hver tekstlinie har en højde på 1/20 af billedet indenfor en text-safe. Er baggrunden bevægelig, har mange farver, eller anden tekst og illustrationer, der kan tage seernes opmærksomhed, skal teksten stå længere eller være større end angivet ovenfor.<sup>1</sup>

I den konkrete sag vises pligttæksten på en bevægelig baggrund med mange farver, som tager seernes opmærksomhed, hvorfor det er Nævnets opfattelse, at en gennemsnitsseer ikke vil kunne nå at læse og opfatte teksten.

---

<sup>1</sup> Jf. <http://tv2mediaforum.dk/kollage/menu/Jura/textvejledning>.

Endvidere fremhæves prisen fra 99 kr. pr. måned i langt højere grad en pligtteksten og får derved større opmærksomhed fra seerne end pligtteksten. Nævnet finder, at betingelser i pligtteksten er relevante for seerne for at kunne vurdere, om tilbudet er attraktivt for disse.

Ud fra en samlet vurdering finder Nævnet derfor, at tv-reklamen "Dokumentarkanal" for Viasat A/S sendt på TV 2/Danmark er i strid med markedsføringslovens § 3, stk. 1, jf. reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 2.

Med hensyn til problemstillingen vedrørende uoverensstemmelsen mellem den månedlige pris på 99 kr. og den samlede årlige pris på 1.967 kr., som er angivet i pligtteksten, vurderer Forbrugerombudsmanden, at reklamen tillige er i strid med markedsføringslovens § 13, stk. 3.

Allerede fordi reklamen findes vildledende, klagen ikke omhandler spørgsmålet om prisuoverensstemmelsen, og at TV 2/Danmark A/S derfor ikke er blevet hørt vedrørende dette spørgsmål, behandles spørgsmålet om prisoverensstemmelsen ikke videre.

På baggrund heraf træffer Radio- og tv-nævnet følgende

#### **AFGØRELSE:**

Tv-reklamen "Dokumentarkanal" for Viasat A/S sendt på TV 2 er i strid med markedsføringslovens § 3, stk. 1, jf. reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 2.

Christian Scherfig  
formand

/Christina Sigvardt  
nævnsekretær