

TV 2|DANMARK A/S  
Teglholm Allé 16  
2450 København SV

Att. TV 2 Jura

Radio- og tv-nævnet

6. februar 2012

Sagsnr. 2009-004115

Rasmus Pleidrup  
Fuldmægtig, cand.jur.

rpl@bibliotekogmedier.dk  
Direkte tlf.: 33 73 33 69

## **Genoptagelse af klage over tv-reklame for Hurup Møbelfabrik A/S vist på TV 2**

Radio- og tv-nævnet har den 7. november 2007 truffet afgørelse i sagen om klage over tv-reklame for Hurup Møbelfabrik A/S vist på TV 2 (sagsnr. 2009-004115). Nævnet finder i afgørelsen, at tv-reklamen er i strid med markedsføringslovens § 3, stk. 1 og 4, og § 5, stk. 2, nr. 1, jf. reklamebekendtgørelsens § 8, stk. 2. Nævnets afgørelse angår for det første det forhold, at der i tv-reklamen bliver anført, at møblerne sælges til priser, der er 40 % højere end Hurup Møbelfabrik A/S' egne priser, samt at møbelhandlere har en avance svarende hertil og for det andet, at salget i tv-reklamen bliver betegnet som værende direkte fra egen dansk fabrik.

### **Sagens baggrund**

Kromann Reumert begærer på vegne af Hurup Møbelfabrik A/S ved brev af 20. december 2007 sagen genoptaget, idet Kromann Reumert anfører, at der foreligger materiale i sagen, der dokumenterer, at Hurup Møbelfabrik A/S har forhandlere, der sælger møbler fra Hurup Møbelfabrik A/S til priser, der er 40 % højere eller mere end Hurup Møbelfabrik A/S' egne priser. Som bilag til genoptagelsesansøgningen er vedlagt prislister, der viser møbelhandleravancer på mere end 40 % ved salg af møbler for Hurup Møbelfabrik A/S fra en række europæiske forhandlere. Yderligere er der vedlagt et bilag, der viser, at omkostningerne ved at handle med møbelhandlere i Danmark og med Hurup Møbelfabrik A/S' egne udsalgssteder begge udgør ca. 20 %, hvilket Kromann Reumert anfører som værende årsagen til, at Hurup Møbelfabrik A/S er i stand til at sælge møbler direkte fra udsalgsstederne til "fabrikpris".

Ved brev af 7. januar 2008 indgiver advokatfirmaet HNA på vegne af sin klient, Erling Christensen Møbler A/S, klage over en ny version af tv-reklamen for Hurup Møbelfabrik A/S, som ligeledes bliver vist på TV 2, og som i sit indhold i vid udstrækning ligner den oprindelige tv-reklame. Der er dog den markante ændring ved den nye version af tv-reklamen, at besparelsen/møbelhandleravancen ikke længere er præciseret i form af et procenttal (40 %). Radio- og tv-nævnet iværksætter behandling af denne klage som en selvstændig sag (sagsnr. 2009-003987).

Radio- og tv-nævnet imødekommer Kromann Reumerts begæring om genoptagelse af den oprindelige klagesag (sagsnr. 2009-004115) ved brev af 11. januar 2008, idet Nævnet anerkender, at de fremkomne nye oplysninger kan have betydning for sagens udfald.

Ved brev af 29. januar 2008 anfører advokatfirmaet HNA, at reklamerne for Hurup Møbelfabrik A/S udtrykker, at der altid, hvilket må betyde i forhold til alle andre forhandlere, spares mindst 40 % på køb af virksomhedens produkter, hvilket ikke er tilfældet. Derudover udtrykker reklamerne, at der er tale om fabriksudsalg, hvor omkostningerne til detailedet foræres til forbrugerne, hvilket heller ikke er tilfældet. Hurup Møbelfabrik A/S har således omkostninger til drift af syv salgssteder over hele landet, der har karakter af egentlige møbelbutikker, ligger placeret i større bysamfund og som har almindelige åbningstider med permanent bemanning med salgspersonale. Advokatfirmaet HNA bemærker på denne baggrund, at det maksimalt kan være møbelhandlerens nettoavance, der er sparet, og at reklamerne bygger på en forudsætning om, at det er den fulde bruttoavance i detailedet, der er sparet. Det er således åbenbart, at Hurup Møbelfabrik A/S har de samme salgsmarkedsomkostninger som andre møbelhandlere, og at møbelhandlere ikke tjener 40 % af deres omsætning.

Advokatfirmaet HNA afgiver herefter ved brev af 21. februar 2008 supplerende oplysninger til sagen, idet advokatfirmaet HNA bemærker, at angivelsen af, at man altid sparer mindst 40 % ved køb af møbler hos Hurup Møbelfabrik A/S, er forkert, idet tilsvarende møbler kan købes hos Erling Christensen Møbler A/S, hvis bruttoavance i et nærmere præciseret tilfælde er ca. 20 %. Herudover anfører advokatfirmaet HNA, at det er i strid med markedsføringsloven, at forbrugerne bliver bibragt den opfattelse, at Hurup Møbelfabrik A/S forærer den fulde møbelhandleravance til forbrugerne, idet en række sammenlignelige møbler kan købes hos Erling Christensen Møbler A/S med en besparelse på mellem ca. 20 % og 50 %. Samtlige priseksempler er vedlagt som bilag til brevet.

### **Inddragelse af Forbrugerombudsmanden**

I brev af 14. marts 2008 anmoder Kromann Reumert Forbrugerombudsmanden om forhåndsbesked angående lovligheden af brugen af udtrykkene "Direkte salg fra egen dansk fabrik" og "Direkte fabrikspris" som led i Hurup Møbelfabrik A/S' markedsføring. Forbrugerombudsmanden afgiver forhåndsbesked den 14. april 2008, hvori Forbrugerombudsmanden bl.a. bemærker følgende:

"...

Vi finder, at anvendelsen af udtrykkene især skal bedømmes i lyset af markedsføringslovens § 3, stk. 1, og stk. 2, samt Forbrugerombudsmandens vejledning fra 2002, hvori det bl.a. hedder:

*"Fabrikssalg, fabrikspris og lign.  
Disse udtryk bør kun bruges om specielt lave priser, og når varerne sælges fra egen fabrik, eller salget sker fra lokaler, der ligger umiddelbart i nærheden af fabrikken."*

*Tilladeligheden af udtrykkene afhænger således af, om disse er vildledende, herunder af, om de fejlagtigt giver forbrugerne indtryk af, at priserne er særligt lave, bl.a. fordi avancen i detailedet kan spares ved køb af møbler hos Deres klient.*

*De har oplyst, at Hurup Møbelfabrik fortrinsvis sælger sine møbler direkte til forbrugerne fra lagerlignende salgssteder, som alle er ejet og drevet af Deres klient selv. Hovedparten af Deres klients omsætning stammer fra dette salg, og de få møbelhandlerkunder, Deres klient stadig har, køber møblerne til samme priser som forbrugerne. De har desuden oplyst, at Hurup Møbelfabriks forretningskoncept er baseret på, at forbrugeren ikke skal betale detailavance, og at Deres klient selv – hverken helt eller delvist – i forbindelse med salget beregner sig normal møbelhandleravance.*

Vi bemærker herefter følgende:

*Som De er inde på i Deres henvendelse, er beskyttelseshensynet ved anvendelsen af udtrykkene "fabrikssalg, fabrikspris og lign" det samme, der ligger bag reguleringen af udtrykkene "engros-priser, engros-salg, mv." i Forbrugerombudsmandens vejledning om prismarkedsføring.*

*Anvendelsen af disse udtryk er herefter kun tilladt, hvis forbrugeren kan erhverve de pågældende varer uden at skulle betale detailavance, og priserne derfor er særligt lave i forhold til varernes forventede udsalgspris i detailedet. Dette gælder, uanset om udsalgsstedet er lokaliseret til eller i umiddelbar nærhed af produktionsstedet eller ej.*

*Således som De har fremstillet Hurup Møbelfabriks salgsmetoder og forretningskoncept som grundlag for anvendelse af udtrykkene, er det vor opfattelse, at brug heraf ikke vil indebære en overtrædelse af markedsføringsloven. Vi forudsætter herved, at De kan dokumentere Deres avanceberegninger, og at der heri ikke indgår en ekstraordinær stor producentavance til gengæld for manglende beregning af "normal" detailavance.*

*For en god ordens skyld skal vi understrege, at den konkrete vurdering af, om markedsføringsmaterialet er i overensstemmelse med markedsføringsloven, i høj grad vil afhænge af den endelige udformning og præsentation samt af den faktiske indvirkning på modtageren.*

...”

Radio- og tv-nævnet anmoder ved brev af 13. november 2008 Forbrugerombudsmanden om en udtalelse i genoptagelsessagen (sagsnr. 2009-004115) på baggrund af de nye oplysninger i sagen og en udtalelse i sagen om den nye version af tv-reklamen (sagsnr. 2009-03987). Forbrugerombudsmanden svarer ved brev af 8. januar 2009.

I relation til genoptagelsessagen anfører Forbrugerombudsmanden, at Hurup Møbelfabrik A/S på baggrund af tv-reklamen og enslydende annoncer i dagspressen den 9. april 2008 bliver politianmeldt for strafbar overtrædelse af markedsføringsloven, idet Hurup Møbelfabrik A/S sammenligner egne priser med fiktive normalpriser med møbelhandler-avance. Da straffesagen på tidspunktet for anmodningen fortsat er verserende, mener Forbrugerombudsmanden, at en udtalelse må afvente sagens afgørelse.

Med hensyn til den nye version af tv-reklamen henviser Forbrugerombudsmanden til den afgivne forhåndsbesked af 14. april 2008. Forbrugerombudsmanden bemærker, at Hurup Møbelfabrik A/S i forbindelse hermed har oplyst, at man fortrinsvis sælger sine møbler direkte til forbrugerne fra lagerlignende salgssteder, som alle er ejet og drevet af Hurup Møbelfabrik A/S, at hovedparten af omsætningen stammer fra dette salg, og at de få møbelhandlere, som fabrikken har, køber møblerne til samme priser som forbrugerne. Endvidere er det blevet oplyst, at Hurup Møbelfabrik A/S' forretningskoncept er baseret på, at forbrugerne ikke skal betale detailavance, og at Hurup Møbelfabrik A/S i forbindelse med salget hverken helt eller delvist beregner sig, hvad der svarer til en normal møbelhandleravance. Forbrugerombudsmanden finder ikke, at der i relation til den pågældende sag er fremkommet nye oplysninger, der gør, at den anvendte markedsføring er i strid med forbuddet mod vildledende markedsføring i markedsføringslovens § 3.

Radio- og tv-nævnet får i december 2010 af Forbrugerombudsmanden oplyst, at politianmeldelsen i sagen om den oprindelige tv-reklame fører til, at Hurup Møbelfabrik A/S uden domsforhandling accepterer at betale en bøde på kr. 150.000. Forbrugerombudsmanden udsender i den sammenhæng en pressemeddelelse, hvoraf det fremgår, at det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at når en erhvervsdrivende sammenligner sine priser med andre erhvervsdrivendes priser, skal det kunne dokumenteres, at identiske varer

rent faktisk bliver solgt til de anførte priser på den del af markedet, det er rimeligt at sammenligne sig med. Forbrugerombudsmanden har på denne baggrund ikke yderligere kommentarer til sagen.

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

Radio- og tv-nævnet har i henhold til § 44, nr. 2, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, jf. lovbekendtgørelse nr. 988 af 6. oktober 2011, på sit møde den 19. december 2011 behandlet sagen og skal udtale:

Genoptagelsessagen afgøres efter de på udsendelsestidspunktet gældende regler, jf. lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring og bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

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. Endvidere foreskriver stk. 4, at rigtigheden af angivelser om faktiske forhold skal kunne dokumenteres.

I henhold til § 8, stk. 2, i reklamebekendtgørelsen skal reklamer være i overensstemmelse med markedsføringsloven og i øvrigt respektere alment accepterede reklameetiske normer.

Hurup Møbelfabrik A/S har i forbindelse med genoptagelsesanmodningen fremlagt dokumentation for, at virksomhedens møbler hos nogle europæiske forhandlere sælges til priser, der er over 40 % højere end Hurup Møbelfabrik A/S' egne priser. Klager, Erling Christensen Møbler A/S, har heroverfor påpeget en række tilfælde, hvor klager har solgt sammenlignelige møbler til priser, der er mellem ca. 20 og ca. 50 % lavere end hos Hurup Møbler A/S.

Hurup Møbelfabrik A/S har ikke i forbindelse med behandlingen af genoptagelsessagen fremlagt yderligere materiale som dokumentation for den påståede besparelse på 40 %, der samtidig skulle være udtryk for en markeds-mæssigt alment gældende møbelhandleravance af tilsvarende størrelse. Hertil kommer, at Hurup Møbelfabrik A/S har accepteret at betale en bøde på kr. 150.000 som følge af Forbrugerombudsmandens politianmeldelse af virksomheden for overtrædelse af markedsføringsloven i relation til angivelsen af en besparelse/møbelhandleravance på 40 %.

Radio- og tv-nævnet finder derfor fortsat ikke, at Hurup Møbelfabrik A/S har dokumenteret, at identiske varer er blevet solgt til de i tv-reklamen anførte 40 % højere priser på en sammenlignelig del af markedet, og at de 40 % er udtryk for den generelle avancesats for møbelforhandlere på denne del af markedet. Dokumentationskravet i markedsføringslovens § 3, stk. 4, er således ikke opfyldt, hvorfor tv-reklamen er vildledende, jf. § 3, stk. 1, og § 5, stk. 2, nr. 1.

Angivelsen af, at Hurup Møbelfabrik A/S sælger "Direkte fra egen dansk fabrik", har efter sagens genoptagelse været behandlet på ny af Forbrugerombudsmanden i forbindelse med dennes forhåndsbesked af 14. april 2008. Forbrugerombudsmanden har i forhåndsbeskeden anført, at udtrykkene "Direkte salg fra egen dansk fabrik" og "Direkte fabrikspris" ikke findes at være vildledende i henhold til markedsføringslovens § 3, idet Forbrugerombudsmanden dog har forudsat, at priserne er særligt lave i forhold til varernes forventede udsalgspris i detailledet, at Hurup Møbelfabrik A/S ikke beregner en ekstraordinær stor producentavance i stedet for den manglende detailavance, og at dette kan dokumenteres.

Som bilag til genoptagelsesansøgningen af 20. december 2007 er vedlagt prislister, der viser møbelhandleravancer på mere end 40 % ved salg af møbler for Hurup Møbelfabrik A/S fra en række europæiske forhandlere. Endvidere er der vedlagt en opgørelse af omkostningerne ved at handle med møbelhandlere i Danmark og med Hurup Møbelfabrik A/S' egne udsalgssteder, der viser, at omkostningerne begge steder udgør ca. 20 %.

Radio- og tv-nævnet er enig med Forbrugerombudsmanden i udtalelsen om, at angivelse af at salg sker "Direkte fra egen dansk fabrik", ikke er i strid med forbuddet mod vildledning i markedsføringslovens § 3, såfremt de af Forbrugerombudsmanden oplyste forudsætninger er opfyldt. Under henvisning til de ovenfor anførte bilag, er det Radio- og tv-nævnets opfattelse, at Hurup Møbelfabrik A/S opfylder de nævnte forudsætninger, hvorfor tv-reklamen for så vidt angår udtrykket "Direkte salg fra egen dansk fabrik" ikke er i strid med markedsføringslovens bestemmelser.

Radio- og tv-nævnet henviser i øvrigt til Nævnets bemærkninger i den tidligere omtalte og samtidigt med nærværende sag afgjorte klagesag om en ny version af tv-reklamen for Hurup Møbelfabrik A/S (sagsnr. 2009-003987).

På baggrund af ovenstående har Radio- og tv-nævnet truffet følgende

**AFGØRELSE:**

Radio- og tv-nævnet fastholder under henvisning til afgørelsen af 7. november 2007, at den behandlede tv-reklame for Hurup Møbelfabrik A/S vist på TV 2 er i strid med § 3, stk. 1 og 4, og § 5, stk. 2, nr. 1, i lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring og med § 8, stk. 2., i bekendtgørelse nr. 1368 af 15. december 2005 om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn.

Radio- og tv-nævnet bemærker, at tv-reklamen for så vidt angår brugen af betegnelsen "Direkte salg fra egen dansk fabrik" ikke er i strid med de ovenfor anførte bestemmelser, hvorfor denne del af afgørelsen af 7. november 2007 bortfalder.

Christian Scherfig  
formand

Rasmus Pleidrup  
nævnsssekretær

**Kopi til:**

Advokat Rasmus Haugaard, Haugaard Nielsen (tidl. advokatfirmaet HNA)