

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

Att. TV 2 Jura

Radio- og tv-nævnet

6. februar 2012

Sagsnr. 2009-003987

Rasmus Pleidrup
Fuldmægtig, cand.jur.

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

Klage over ny version af tv-reklame for Hurup Møbelfabrik A/S vist på TV 2

Erling Christensen Møbler A/S repræsenteret af advokatfirmaet HNA har ved brev af 7. januar 2008 indgivet en klage til Radio- og tv-nævnet over en ny version af tv-reklamen for Hurup Møbelfabrik A/S vist på TV 2.

Advokatfirmaet HNA har anført følgende kommentarer i klagen:

"Idet jeg henviser til afgørelse af 7. november 2007 indgives herved supplerende klage over en TV-reklame, der p.t. vises på TV2, af Hurup Møbelfabrik A/S.

Ved ovennævnte afgørelse har nævnet kendt en tidligere reklame fra Hurup Møbelfabrik A/S ulovlig, som bærende i strid med markedsføringslovens § 3 og § 5.

Begrundelsen herfor er to forhold. For det første at den i reklamen anvendte prisoplysning om 40 % besparelse er urigtig. For det andet at angivelsen af at salget sker som fabriksudsalg er vildledende.

I reklamen der p.t. vises på TV2 anføres det på ny, at køb ved Hurup Møbelfabrik A/S' forretningssteder har karakter af "fabriksudsalg".

Jeg skal anmode om, at nævnet hastebehandler sagen, således at den igangværende reklamekampagne stoppes snarest muligt."

Sagens baggrund

Radio- og tv-nævnet har samtidig med denne klagesag behandlet en klage over en tidligere version af tv-reklamen for Hurup Møbelfabrik A/S (sagsnr. 2009-004115). Sagen er oprindeligt afgjort den 7. november 2007, men bliver genoptaget af Radio- og tv-nævnet på baggrund af anmodning herom fra Kromann Reumert, der repræsenterer Hurup Møbelfabrik A/S. Genoptagelsesansøgningen indeholder bilag af betydning for nærværende sag, idet der er vedlagt prislister, der viser, at en række europæiske møbelhandlere opnår avancer på mere end 40 % ved salg af møbler fra Hurup

Møbelfabrik A/S. Endvidere er der 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 %.

Advokatfirmaet HNA er med henvisning til begge klagesager fremkommet med yderligere kommentarer til tv-reklamerne for Hurup Møbelfabrik A/S. Ved brev af 29. januar 2008 har advokatfirmaet HNA således anført, at reklamerne for Hurup Møbelfabrik A/S udtrykker, at der er tale om fabriksudsalg, hvor omkostningerne til detaillerede foræres til forbrugerne, hvilket 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 møbelforhandlerens nettoavance, der er sparet, og at reklamerne bygger på en forudsætning om, at det er den fulde bruttoavance i detaillerede, der er sparet. Det er således åbenbart, at Hurup Møbelfabrik A/S har de samme salgskostninger som andre møbelhandlere.

Advokatfirmaet HNA har herefter ved brev af 21. februar 2008 afgivet supplerende oplysninger, idet advokatfirmaet HNA bemærker, 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.

Beskrivelse

TV 2/Danmark A/S har med sit hørings svar af 7. februar 2008 tilsendt Radio- og tv-nævnet en dvd med den nye version af tv-reklamen for Hurup Møbelfabrik A/S.

Reklamen indledes med en mand, der siger:

"Hej! Jeg hedder Henrik og har Hurup Møbelfabrik i Thy.

Vi sælger direkte til dig fra egen dansk fabrik. Vi har nemlig fjernet mellemhandleren og hans fortjeneste."

Samtidig ses Henrik siddende i en sofa sammen med en mand og en kvinde.

Henrik knipser med fingrene, og manden, der sidder mellem Henrik og kvinden, forsvinder.

Henrik fortsætter sin tale direkte henvendt til kvinden:

"Fortjenesten forærer vi til dig, for hos os køber du til samme pris på fabrikken eller i en af vores butikker."

Kvinden smiler og Henrik fortsætter:

"Vi skræddersyer møblerne til dig på vores fabrik oppe i Hurup, hvor vi har over 100 forskellige modeller og 1000 stof- og læderkvaliteter. Du kan designe din egen sofa sammen med én af vores rådgivere og stadig købe til direkte fabrikspriser. Vi kan lave sofaer fra 3.000,- og op til 30.000,- For eksempel har vi lige skræddersyet denne tremmesofa for 12.000,-"

Der vises et billede af en sofa suppleret af et prisskilt med teksten:

"11.999,-"

Henrik fortsætter:

"Kom ind i en af vores butikker eller bliv inspireret på hurupsofa.dk"

Samtidig med speaken vises et Danmarkskort, hvor teksten hurupsofa.dk er angivet ved en række byer.

Reklamen afsluttes med speaken:

"Hurup Møbelfabrik – direkte salg fra egen dansk fabrik."

På skærmen vises hurupsofa.dk tillige med speaken som tekst.

Høring

TV 2 anfører i høringssvar af 7. februar 2008 følgende til klagen:

"...

Nævnet gav i forbindelse med klagesagen af 7. november 2007 Forbrugerombudsmanden medhold i, at brug af udtryk såsom "fabrikssalg" er vildledende, med mindre varen sælges fra selve fabrikken eller fra lokaler, der ligger umiddelbart i nærheden af fabrikken.

TV 2|DANMARK A/S skal indledningsvis bemærke, at reklamen for Hurup Møbler ikke, som anført af klager, indeholder udtrykket "fabriksudsalg". Reklamen indeholder derimod udtrykkene "direkte fabrikspriser" samt "direkte salg fra egen dansk fabrik".

TV 2|DANMARK A/S skal endvidere anføre, at vurderingen af hvorvidt ovennævnte udtryk er vildledende, bør foretages ud fra en konkret vurdering af den kontekst, hvori udtrykket indgår i reklamen.

Hertil kommer, at udtryk såsom "fabrikssalg" først kan betegnes som vildledende i markedsføringslovens forstand, hvis udtrykket i den konkrete situation er egnet til mærkbart at forvride forbrugernes eller andre erhvervsdrivendes økonomiske adfærd på markedet.

I reklamen for Hurup Møbler anvendes udsagnene "direkte fabrikspriser" og "direkte salg fra egen dansk fabrik" for at kommunikere, at Hurup Møbler sælger direkte til forbrugerne. Det fremgår endvidere tydeligt af reklamen, at møblerne kan købes på fabrikken samt i en række af virksomhedens butikker rundt omkring i landet.

Det er på den baggrund vores vurdering, at udtrykkene ikke skal ses som en angivelse af salgsstedets geografiske beliggenhed men derimod som udtryk for, at Hurup kan sælge møblerne til en lav pris, idet de ikke anvender et – formodentligt fordyrende – selvstændigt forhandlernet.

Det er endvidere vanskeligt at se, hvorledes det faktum, at de markedsførte møbler kan købes fra flere salgssteder end lige netop fabrikslokalerne i Hurup, kan vildlede og dermed forvride forbrugernes økonomiske adfærd.

Det er således vores vurdering, at de konkrete udtryk i reklamen beskriver et forretningskoncept, der primært består i salg af møbler via egne butikker uden om selvstændige avancebærende møbelforhandlere.

Det er endvidere vores opfattelse, at der er belæg for at antage, at Hurup Møbler dermed kan sælge møblerne billigere, end hvis salget sker gennem et selvstændigt forhandlernet. Der henvises i den forbindelse til vedlagte klagesvar fra annoncørens advokat.

På den baggrund er det vores opfattelse, at reklamen for Hurup ikke er vildledende i strid med Markedsføringsloven.

..."

Kromann Reumert anfører på vegne af Hurup Møbelfabrik A/S i brev af 7. februar 2008 følgende til klagen:

“...

Klagen må opfattes således, at klager anser udsagnene “direkte til dig fra egen dansk fabrik”, “Vi har nemlig fjernet mellemhandleren og hans fortjeneste” og “direkte fabrikspriser” som stridende mod markedsføringslovens § 3.

Hurups forretningskoncept er kendetegnet ved, at Hurup selv producerer sine møbler på fabrikken i Hurup og derefter sælger møblerne direkte til forbrugerne. Produktionen og detailsalget foregår under samme paraply, og der er således ingen møbelforhandleravance involveret. Salget til forbrugerne foregår dels fra selve produktionsstedet – fabrikken i Hurup – og dels fra Hurups udsalgssteder rundt om i Danmark. Disse udsalgssteder er alle ejet og drevet af Hurup selv, og mellemhandlere eksisterer således ikke i Hurups koncept. Allerede som følge heraf er de pågældende udsagn ikke vildledende, for der er netop tale om direkte salg/direkte fabrikspriser, idet Hurup har fjernet mellemhandleren og dermed også en mellemhandlers fortjeneste.

Som det er nærmere beskrevet i mit indlæg til nævnet af 20. december 2007 startede Hurup med salg til forbrugere i 2002. De priser forbrugerne betalte, var de samme som Hurups dengang ca. 200 møbelhandlerkunder betalte, blot tillagt moms. Der har ikke været reelle prisstigninger hos Hurup siden 2002, idet priserne alene er blevet reguleret i takt med den almindelige prisudvikling.

Selv om det ikke har afgørende betydning for problemstillingen har jeg i mit indlæg af 20. december fremlagt beregninger fra Hurup der viser, at Hurup har begrænsede omkostninger ved at sælge direkte til forbrugerne. Dette skal ses i lyset af, at Hurups udsalgssteder er ganske beskedne lokaler, der typisk er beliggende i industrikvarterer. Vedlagte udskrift fra Hurups hjemmeside er med til at illustrere dette. Udsalgsstederne er bemandet med et minimum af personale og alle overflødige omkostninger er skåret væk. Samtidig er der som allerede redegjort for ingen mellemhandleravance.

På baggrund af de nævnte faktiske forhold k, kan der ikke være tvivl om, at de udsagn der anvendes i tv-reklamen er fuldt ud korrekte og således på ingen måde vildledende, idet:

- Det er Hurup Møbelfabrik A/S – møbelproducenten – som forbrugerne køber deres møbler af. Salget foregår uden om møbelforhandlere/mellemed. Der er således tale om, at salget sker "direkte fra egen fabrik". Geografien er i den forbindelse uden betydning, jf. UfR 2002.908Ø
- Hurup sælger til samme priser til forhandlere og til forbrugere, og Hurup har derfor "fjernet melleghandleren og hans fortjeneste".
- Hurups Priser er de samme uanset om salg sker fra selve produktionsstedet i Hurup – hvilket er muligt – eller fra et Hurup udsalgssted. Der er således tale om, at forbrugerne køber til "direkte fabrikspriser", og den forventning om en lav pris forbrugeren måtte få ved brugen af dette udsagn indfries hermed.

..."

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 varenes forventede udsalgspris i detailledet. 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 begge sager om tv-reklamer for Hurup Møbelfabrik A/S. Forbrugerombudsmanden svarer ved brev af 8. januar 2009.

I relation 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 detailavan-

ce, 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 denne 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-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:

Sagen 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.

Angivelsen af, at Hurup Møbelfabrik A/S sælger "Direkte fra egen dansk fabrik", har været behandlet af Forbrugerombudsmanden i forbindelse med dennes forhåndsbesked af 14. april 2008. Forbrugerombudsmanden anførte i forhåndsbeskeden, at udtrykkene "Direkte salg fra egen dansk fabrik" og "Direkte fabrikspris" ikke fandtes at være vildledende i henhold til markedsføringslovens § 3, idet Forbrugerombudsmanden dog forudsatte, at priserne var særligt lave i forhold til varernes forventede udsalgspris i detaildet, at Hurup Møbelfabrik A/S ikke beregnede en ekstraordinær stor producentavance i stedet for den manglende detailavance, og at dette kunne dokumenteres.

Som tidligere anført har Kromann Reumert som bilag til genoptagelsesansøgningen af 20. december 2007 vedlagt prislister, der viser møbelhandleravancer på mere end 40 % ved salg af møbler for Hurup Møbelfabrik A/S fra en række europæiske forhandlere. Herudover er der 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 anførte forudsætninger. Radio- og tv-nævnet lægger i den sammenhæng vægt på, at Hurup Møbelfabrik A/S sælger til samme priser til forhandlere og forbrugere, hvorfor mellemhandleren og dennes fortjeneste i relation til forbrugeren er fjernet, og at Hurup Møbelfabrik A/S sælger til de samme priser, uanset om salget rent faktisk sker fra selve produktionsstedet i Hurup eller fra et af udsalgsstederne, jf. således høringssvar fra Kromann Reumert af 7. februar 2008. Radio- og tv-nævnet finder derfor, at den nye version af tv-reklamen for Hurup Møbelfabrik A/S således ikke er i strid med markedsføringslovens bestemmelser.

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

AFGØRELSE:

Radio- og tv-nævnet finder ikke, at den nye version af tv-reklamen for Hurup Møbelfabrik A/S vist på TV 2 er i strid med § 3, stk. 1 og 4, 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.

Christian Scherfig
formand

Rasmus Pleidrup
nævnsekretær

Kopi til:

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