



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 24/2015

Samanburðarauglýsingar Skjásins

I.

Erindið.

Með bréfi 365 miðla ehf., dags. 26. febrúar 2015, barst Neytendastofu kvörtun vegna auglýsinga Skjásins ehf. undir yfirskriftinni „*Skiptu á SkjáEinn*“. Um sé að ræða samanburðarauglýsingar og þess sé krafist að Neytendastofa ákvarði að þær brjóti gegn 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 8. gr., 9. gr., 14. gr. og 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Farið sé á leit við Neytendastofu að stofnunin hraði meðferð málsins svo sem frekast sé kostur. Þá sé þess beiðst að Neytendastofa beini þeim tilmælum til Skjásins að láta af birtingu auglýsinganna uns ákvörðun Neytendastofu liggi fyrir.

Skjárinn reki sjónvarpsstöðina SkjáEinn en 365 miðlar reki sjónvarpsstöðina Stöð 2. Skjárinn hafi birt auglýsingar bæði á prentmiðlum og vefmiðlum þar sem auglýst sé áskrift að sjónvarpsstöðinni SkjáEinum. Auglýsingarnar séu settar fram til höfuðs 365 miðlum en í þeim séu neytendur hvattir sérstaklega til að kaupa áskrift að sjónvarpsstöðinni SkjáEinum í stað áskriftar að Stöð 2. Í auglýsingunum segi m.a. „*Skiptu á SkjáEinn! 55% verðmunur. Stöð 2 8.490 kr. á mánuði. SkjárEinn 5.490 kr. á mánuði. Þættir Stöðvar 2 hluti þrenn Golden Globe verðlaun. Þættir SkjásEins hlutu fimm GoldenGlobe verðlaun. Stöð 2 Maráþon fylgir ekki með! Skjár Flakk fylgir með! Stöð 2 Frelsi fylgir ekki með! SkjárFrelsi fylgir með! Stöð 2 Netfrelsi fylgir ekki með! SkjárEinn Netfrelsi fylgir með! 189 kr. útskriftargjald [reikningar v. Stöðvar 2] 95 kr. útskriftargjald [reikningar v. SkjásEins].“*

Eins og sjá megi sé inntak auglýsinganna samanburður á sjónvarpsstöðvunum tveimur bæði með hliðsjón af fjölda Golden Globe verðlauna sem þættir á sjónvarpsstöðvunum hafi hlotið nýlega og viðbótarþjónustu, en aðallega með hliðsjón af áskriftargjaldi. Sé áskriftargjald vegna Stöðvar 2 þannig borið saman við áskriftargjald SkjásEins og vakin athygli á því að áskrift að Stöð 2 kosti 8.490 kr. á mánuði, en áskrift að SkjáEinum kosti 5.490 kr. á mánuði. Þá sé því haldið fram að 55% verðmunur sé á áskriftargjaldi stöðvanna. Teljist auglýsingarnar því ótvírætt til samanburðarauglýsinga, sbr. ákvæði 15. gr. laga nr. 57/2005. Á grundvelli upplýsinganna séu áskrifendur að Stöð 2 hvattir til að kaupa áskrift hjá Skjánum og „*Skipta á SkjáEinn*“.



Í bréfi 365 miðla er vikið að skilyrðum fyrir samanburðarauglýsingum í a. og b. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Samanburður megi ekki vera villandi og verði að taka til vöru eða þjónustu sem fullnægi sömu þörfum eða sé ætluð til sömu nota.

Áskilnaður tilskipunar 97/55/EB þess efnis að samanburðarauglýsingar megi ekki vera villandi hafi til að mynda verið skýrður í forsendum forúrskurðar Evrópudómstólsins í máli C-159/09 í máli Lidl SNC gegn Vierzon Distribution SA. Í málinu hafi verið tekist á um samanburðarauglýsingar þar sem gerður hafi verið verðsamanburður á tveimur vörukörfum sem hafi innihaldið matvörur af sama toga en af ólíkum tegundum og með mismunandi eiginleika í samræmi við það. Í forsendum niðurstöðu forúrskurðarins hafi m.a. sagt að auglýsing þar sem bornar séu saman tvær tegundir sömu vöru, án tillits til ólíkra eiginleika þeirra, en eingöngu á grundvelli verðs, geti verið villandi, ef þær vörur sem auglýstar séu, hafi mismunandi eiginleika sem geti haft veruleg áhrif á val hins almenna neytanda, ef athygli neytanda væri ekki vakin á þeim ólíku eiginleikum í auglýsingunni. Þá segði jafnframt að við samanburð á heildarvöruverði tveggja vörugarfa þyrfti að vera unnt að sjá það nákvæmlega hvaða einstöku vörur væru grundvöllur verðsamanburðarins. Í stuttu máli sé sú þjónusta sem neytendur kaupi með áskrift að SkjáEinum ósambærileg þeirri þjónustu sem fáist með kaupum á áskrift að Stöð2. Samanburður Skjásins á sjónvarpsstöðvunum taki þannig ekki til þjónustu sem fullnægi sömu þörfum eða sé ætluð til sömu nota, í skilningi ákvæðis b. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005.

Þá endurspeglir auglýsingar Skjásins aðeins verðmun á þjónustunni, en ekki að neinu leyti annan mun sem fólgin sé í þjónustunni – einkum og sér í lagi það afþreyingarefni sem áskrifendum sé gert kleift að njóta með kaupunum. Séu þær því villandi, m.a. með hliðsjón af forsendum framangreinds Lidl máls. Vakinn skuli athygli á því að áskriftargjald að sjónvarpsstöð tryggi greiðanda þess aðeins tímabundinn aðgang að nánar tilgreindu sjónvarpsefni, sem sýnt sé, eða gert sé aðgengilegt á því tímabili sem aðgangurinn sé í gildi. Það sé augljóst að kaupendur að áskrift að sjónvarpsstöð ákveði kaupin fyrst og fremst á grundvelli þess hvort kaupendur hafi áhuga á sjónvarpsefninu á annað borð eður ei. Sumir áhorfendur taki þannig ákvörðun um kaup á áskrift að SkjáEinum á grundvelli þess hvort sjónvarpsefni SkjásEins höfði til þeirra en aðrir taki ákvörðun um kaup á Stöð2 á sama grundvelli.

Einstakir liðir þess sjónvarpsefnis sem aðgangurinn sé keyptur að og heildarsamsetning þeirra séu því kjarni þeirrar þjónustu eða vöru sem keypt sé – á svipaðan hátt og þegar keyptar séu nokkrar ólíkar vörur í verslun. Með kaupum á áskrift að sjónvarpsstöð sé þannig keypt tímabundin heimild til þess að njóta ákveðinnar samsetningar eða samvals sjónvarpsefnis sem sett sé saman úr mörgum ólíkum efnisþáttum.

Í stuttu máli þjóni áskrift að einu sjónvarpsefni ekki sömu þörfum eða sé ætluð til sömu nota og áskrift að öðru sjónvarpsefni nema sama efnið sé sýnt á báðum sjónvarpsstöðvum, sbr.



ákvæði b. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Dagskrá SkjásEins og Stöðvar 2 sé ólík, t.a.m. með hliðsjón af lengd sjónvarpsdagskrár og þar með magni sjónvarpsefnis, svo eitthvað sé nefnt. Þá sýni sjónvarpsstöðvarnar ekki sömu sjónvarpsþætti og ekki sömu kvikmyndir. Þar fyrir utan sé uppbygging og samsetning sjónvarpsdagskrár stöðvanna verulega ólík. Til að mynda sýni Stöð 2 kvikmyndir í um 35-40 klukkutíma á hverri viku. SkjárEinn sýni hins vegar kvikmyndir í um þrjár klukkustundir í hverri viku, sé horft til dagskrár sjónvarpsstöðvanna áttundu viku 2015. Þá sýni Stöð 2 samtals um 20-22 klukkutíma af barnaefni í viku hverri. Skjárinn sýni hinsvegar alls ekki barnaefni. Augljóst sé því að áskrift að SkjáEinum þjóni ekki þörfum þeirra sem vilji aðallega horfa á kvikmyndir eða barnaefni, svo eitthvað sé nefnt. Áskrift að Stöð 2 þjóni þörfum þeirra einstaklinga hins vegar mæta vel. Kaup á áskrift að sjónvarpsstöðvunum geti því ekki heldur verið ætluð til sömu nota, nema kaupendur láti sig það engu varða hvaða sjónvarpsefni þeir horfi á en vitaskuld sé það ekki raunin. Áskrift að annari stöðinni tryggi því kaupanda allt aðra þjónustu og aðgang að allt öðru efni en hann fái með kaupum á áskrift að hinni. Auglýsingarnar, þar sem áskrift að sjónvarpsefni SkjásEins sé borin saman við áskrift að sjónvarpsefni Stöðvar 2 brjóti því gegn ákvæði b. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 og séu því jafnframt villandi, sbr. a. lið sama ákvæðis.

Í þessu samhengi sé jafnframt mjög mikilvægt að halda því til haga að verðmunur á áskriftargjaldi sjónvarpsstöðva ráðist jafnan af því efni sem viðkomandi sjónvarpsstöð sýni áskrifendum sínum og þeim kostnaði sem sjónvarpsstöðin þurfi sjálf að standa straum af við kaup á efninu frá framleiðendum og réttihöfum. Áskriftargjald Stöðvar 2 endurspeglir fyrst og fremst þann kostnað sem felist í kaupum og framleiðslu á því efni sem þar sé birt. 365 miðlar hafi ekki upplýsingar um samsvarandi kostnað vegna dagskrár SkjásEins en geri fastlega ráð fyrir því að þjónustuframboð, innihald dagskrár og kostnaður Skjásins á sjónvarpsefni ráði þeim verðmun sem sé á áskriftargjaldi stöðvanna sem SkjárEinn stæri sig af í auglýsingum sínum. Með öðrum orðum sé líklegt að SkjárEinn eyði lægri fjárhæðum í innkaup á dagskrárefni en Stöð 2, en sá verðmunur endurspeglir vitaskuld í sjónvarpsdagskránni sem aðilarnir bjóði. Undirstriki það ennfremur hversu ósanngjarn samanburður á grundvelli verðs eingöngu sé í raun.

Enda þótt ljóst sé að auglýsingar Skjásins standist engan veginn áskilnað laga nr. 57/2005, sé ennfremur ljóst að sú aðferð sem beitt sé við verðsamanburð í auglýsingum meira en lítið villandi. Sem fyrri segi, sé fullýrt í auglýsingunum að 55% verðmunur sé á áskriftargjaldi 365 miðla fyrir Stöð 2 og áskriftargjaldi vegna Skjásins.

Áskriftargjald að Stöð 2 sé 8.490 kr. en áskrift að skjánum kosti 5.490 kr. Samkvæmt því sé áskriftargjald Stöðvar 2, 3.000 kr. dýrara en áskriftargjald SkjásEins, eða um 35% hærra en áskriftargjald SkjásEins. Í ljósi þess að Skjárinn fullyrði að 55% verðmunur sé á áskriftargjaldinu væri hins vegar eðlilegt að draga þá ályktun af þeirri fullyrðingu að meira en helmingsmunur sé í raun á áskriftargjaldi stöðvanna – sem sé rangt. Þess háttar



verðsamanburður sé villandi og ósanngjarn í garð 365 miðla og brjóti því gegn ákvæði a. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005.

Auglýsingar Skjásins séu villandi og brjóti gróflega gegn ákvæði 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Viðskiptahættir sem felist í birtingu villandi auglýsinga séu óréttmætir. Hafi Skjárinn því jafnframt brotið gegn 5. og 8. gr. laganna. Þá sé augljóst að samanburðarauglýsingar sem teljist villandi á grundvelli ákvæðis 15. gr. laganna séu jafnframt óréttlátar í garð keppinautar sem auglýsing beinist að. Þær upplýsingar sem ekki birtust í auglýsingum Skjásins og varða ólíkar dagskrár Stöðvar 2 og SkjásEins skipti vitaskuld neytendur verulegu máli, enda varði þær upplýsingar innihald og inntak sjálfrar þjónustunnar. Ljóst sé því að viðskiptahættir Skjásins séu villandi í skilningi 2. mgr. 9. gr. laganna. Þá séu upplýsingar sem birtar hafi verið í auglýsingum bæði villandi og ófullnægjandi. Hafi Skjárinn því að sama skapi brotið gegn ákvæði 14. gr. laganna með birtingu auglýsinganna.

II.

Málsmeðferð.

1.

Erindi 365 miðla var sent Skjánum til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 18. mars 2015. Svar Skjásins barst með bréfi, dags. 14. apríl 2015. Þar segir að kvörtun 365 miðla sé í raun tvíþætt, annars vegar sé kvartað yfir því að gerður sé verðsamanburður á þjónustu sem 365 miðlar telji ekki samanburðarhæfa og hins vegar sé kvartað yfir því að auglýsing um verðmun sé röng.

Að því er varði fyrri liðinn þá telji Skjárinn nægilegt að vísa til þess að Neytendastofa hafi þegar fjallað um kvörtunarefnið og hafi því verið hafnað. Í bréfi Neytendastofu til 365 miðla, dags. 14. desember 2011, komi fram að þótt þjónusta Skjásins og 365 miðla væri að einhverju leyti frábrugðin að gæðum eða magni þá yrði ekki hjá því litið að hún fullnægi sömu þörfum og væri ætluð til sömu nota. Telji Skjárinn því nægilegt að vísa til þessarar ákvörðunar Neytendastofu til stuðnings þess að fullyrðingar 365 miðla um áskrift að SkjáEinum og Stöð 2 séu ósamanburðarhæf þjónusta sé röng.

Varðandi síðari liðinn, þ.e. að 55% verðmunur sé að áskrift að SkjáEinum og áskrift að Stöð 2 þá beri einnig að geta þess að óumdeilt sé að áskrift Stöð 2 sé 55% dýrari en áskrift að SkjáEinum. Áskrift að SkjáEinum kosti 5.490 kr. en áskrift að Stöð 2 kosti 8.490. Mismunur sé kr. 3.000. 365 miðlar haldi því fram að Stöð 2 sé aðeins 35% dýrari en SkjárEinn. Það sé rangt. Ef Stöð 2 væri 35% dýrari en SkjárEinn væri verðið kr. 7.411 ($5.490 \times 1,35$). Gjaldið sé hins vegar kr. 8.490 eða 55% herra og því bersýnilega rétt að það sé 55% verðmunur ($8.490/5.490=1,55$). Megi í þessu samhengi benda á verðkönnun ASÍ frá 24. mars 2015 þar sem fjallað sé um mun á verðlagningu á Nóa Sírius páskaegg nr. 1 sé 37% ($199/145=1,37$). Sambærileg aðferðafræði sé í öðrum verðkönnunum ASÍ. Leiki því enginn vafi á því að



auglýsing Skjásins sé rétt. Skjárinn geri því kröfu um að kvörtun 365 miðla verði hafnað enda feli auglýsing Skjásins ekki í sér brot á lögum nr. 57/2005.

2.

365 miðlum var sent bréf Skjásins til upplýsingar með bréfi Neytendastofu, dags. 17. apríl 2015, og tilkynnt að gagnaöflun málsins væri lokið. Þann 28. apríl var 365 miðlum jafnframt send til upplýsingar ákvörðun Neytendastofu, dags. 14. desember 2011, ásamt gögnum þess máls, samkvæmt beiðni 365 miðla, dags. 27. apríl 2015.

III.

Niðurstaða

1.

Mál þetta varðar kvörtun 365 miðla ehf. yfir auglýsingum Skjásins ehf. þar sem gerður er verðsamanburður og annar beinn og óbeinn samanburður á sjónvarpsáskriftum sem félögin bjóða neytendum. Í auglýsingu Skjásins segir m.a.: „*Skiptu á SkjáEinn! 55% verðmunur. Stöð 2 8.490 kr. á mánuði. SkjárEinn 5.490 kr. á mánuði. Þættir Stöðvar 2 hluti þrenn Golden Globe verðlaun. Þættir SkjásEins hlutu fimm GoldenGlobe verðlaun. Stöð 2 Maráþon fylgir ekki með! Skjár Flakk fylgir með! Stöð 2 Frelsi fylgir ekki með! SkjárFrelsi fylgir með! Stöð 2 Netfrelsi fylgir ekki með! SkjárEinn Netfrelsi fylgir með! 189 kr. útskriftargjald [reikningar v. Stöðvar 2] 95 kr. útskriftargjald [reikningar v. SkjásEins].“ Í auglýsingunni er jafnframt að finna tilvísanir til tiltekinna sjónvarpsþátta sem sýndir eru á SkjáEinum og myndefnis úr þeim.*

365 miðlar telja auglýsinguna vera samanburðarauglýsingu. Samsetning dagskrárefnis sé ólík og því séu sjónvarpsáskriftirnar ekki samanburðarhæfar þar sem þær þær þjóni ekki sömu þörfum eða notum. Þá sé framsetning á hlutfallslegum verðsamanburði villandi.

Skjárinn hafnar kvörtun 365 miðla og vísar til þess að Neytendastofa hafi áður tekið afstöðu til kvörtunarefnisins með ákvörðun, dags. 14. desember 2011. Þá sé því hafnað að aðferðarfræði við verðsamanburð sé villandi.

2.

Í lögum nr. 57/2005 er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Í 5. gr. er lagt almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fara fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Í 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 segir að auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir skulu ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað er til óviðkomandi mála. Í umfjöllun um ákvæðið segir að upplýsingar sem fram



komi í auglýsingum eða öðrum viðskiptaaðferðum geti talist brot á ákvæðinu enda þótt þær séu efnislega réttar og sannar.

Ákvæði 1. mgr. 8. gr. laganna sem er í III. kafla þeirra er svohljóðandi:

„Viðskiptahættir eru óréttmætir ef þeir brjóta í bága við góða viðskiptahætti gagnvart neytendum og raska verulega eða eru líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Viðskiptahættir sem brjóta í bága við ákvæði kafla þessa eru alltaf óréttmætir.“

Ákvæðinu er, skv. umfjöllun í greinargerð, ætlað að taka til viðskiptahátta sem hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti. Við mat á því hvort um óréttmæta viðskiptahætti sé að ræða skv. ákvæðinu er litið til þess hvort háttsemin geri það að verkum að hinn almenni neytandi taki ákvörðun um að eiga viðskipti sem hann hefði ella ekki tekið og raski þar með fjárhagslegum hagsmunum hans eða hafi áhrif á fjárhagslega hegðun.

Í 9. gr., sem einnig er í III. kafla, er um það fjallað að viðskiptahættir teljist villandi ef þeir eru líklegir til að blekkja neytendur, t.d. með almennri framsetningu þó gefnar séu upp réttar staðreyndir, eða ef neytendum eru veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um að eiga viðskipti. Í a.–g. lið málsgreinarinnar eru tilgreindar þær röngu upplýsingar sem átt er við. Þar segir að átt sé við rangar upplýsingar um :

„b. helstu einkenni vöru eða þjónustu, t.d. notkun, samsetningu eða árangur sem vænta má af notkun hennar, [...]

d. verð vöru eða þjónustu eða aðferð við útreikning á verði og hvort um sértílbod eða annað verðhagræði sé að ræða og hvort það sé háð skilyrðum,“

Þá segir í 2. mgr. 9. gr. laganna:

„Viðskiptahættir eru villandi ef ekki er greint frá upplýsingum sem telja má að almennt skipti máli fyrir neytendur eða þeim er leynt og þær eru til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti.“

Skv. ákvæðinu teljast viðskiptahættir villandi ef fyrirtæki leynir upplýsingum sem skipta máli við ákvörðun um að eiga viðskipti eða þær eru veittar á óljósan eða margræðan hátt. Í greinargerð með ákvæðinu kemur fram að hafa megi þau atriði til hliðsjónar sem tilgreind eru í 1. mgr.

Í V. kafla laga nr. 57/2005 er fjallað um háttsemi milli fyrirtækja. Þar segir í 14. gr.:

„Óheimilt er að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem sama marki eru



brenndar gagnvart keppinautum, enda séu upplýsingar þessar og viðskiptaaðferðir til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð vara, fasteigna, þjónustu eða annars þess sem haft er á boðstólum í atvinnustarfsemi sem lög þessi taka til.“

Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum mega skv. ákvæðinu ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinaut auglýsanda eða stöðu auglýsanda, vöru eða þjónustu hans, gagnvart keppinautum.

Í 15. gr. laganna er fjallað um að samanburðarauglýsingar séu allar þær auglýsingar þar sem beint eða óbeint er vísað til keppinauta eða vöru eða þjónustu sem keppinautur býður. Hugtakið samanburðarauglýsing er skilgreint rúmt svo allar tegundir samanburðar heyri þar undir. Í umfangllun um ákvæðið segir t.d. að allar auglýsingar þar sem auglýsandi fullyrðir að vara hans eða þjónusta sé best, ódýrust, sterkust o.s.frv. feli í sér óbeinan samanburð og falli því undir ákvæði laganna. Samanburðarauglýsingar eru leyfðar að uppfylltum nánari skilyrðum sem tilgreind eru í a.-h. liðum 2. mgr. 15. gr. Í erindi 365 miðla var sérstaklega vísað til a., b. og c. liða. Ákvæðin eru svohljóðandi:

„Samanburðarauglýsingar skulu, að því er samanburð varðar, leyfðar að uppfylltum eftirtöldum skilyrðum:

- a. þær séu ekki villandi,*
- b. samanburðurinn taki til vöru eða þjónustu sem fullnægir sömu þörfum eða er ætluð til sömu nota,*
- c. gerður sé samanburður á einum eða fleiri áþreifanlegum, viðeigandi, sannreynanlegum og dæmigerðum eiginleika eða eiginleikum vöru eða þjónustu, að meðtöldu verði ef vill”*

3.

Í auglýsingu Skjásins er gerður beinn samanburður á verði og ýmsum þáttum sjónvarpsáskriftanna SkjárEinn og Stöð 2. Auglýsing Skjásins vísar þannig með beinum hætti til þjónustu sem keppinauturinn, 365 miðlar, býður og því er um samanburðarauglýsingu að ræða, sbr. 1. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Verður því að líta til þess hvort auglýsing Skjásins uppfylli þau skilyrði sem gerð eru til samanburðarauglýsinga, einkum í a., b. og c. lið 2. mgr. 15. gr. laganna. Tvenns konar samanburður er gerður í auglýsingunni. Í fyrsta lagi er heildarverð sjónvarpsáskriftanna borið saman og í öðru lagi eru tilteknir eiginleikar sjónvarpsáskriftanna bornir saman. Verður fyrst vikið að samanburði á heildarverði og því næst vikið að samanburði á öðrum eiginleikum sjónvarpsáskriftanna.

Með ákvæði 15. gr. laga nr. 57/2005 er innleidd tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins 97/55/EB um breytingu á tilskipun 84/450/EBE varðandi villandi auglýsingar þannig að hún taki einnig til samanburðarauglýsinga. Í inngangi tilskipunarinnar kemur fram að samanburðarauglýsingar séu til þess fallnar að sýna fram á kosti ýmissa sambærilegra vörutegunda með óhlutdrægum hætti. Samanburðarauglýsingar geta einnig örvað samkeppni



milli þeirra sem bjóða vöru og þjónustu þannig að neytandinn njóti góðs af. Af þeim sökum verður almennt að túlka þau skilyrði sem gerð eru til samanburðarauglýsinga með sem hagfeldustum hætti fyrir þær.

Samkvæmt b. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 er það skilyrði fyrir samanburðarauglýsingum að samanburður taki til vöru eða þjónustu sem fullnægir sömu þörfum eða er ætluð til sömu nota. Með öðrum orðum verður að vera um að ræða staðgönguvöru eða þjónustu.

Í auglýsingu Skjásins eru heildarverð sjónvarpsáskriftanna borin saman. Aðilar máls hafa hvor um sig valið samsetningu dagskrárliða sjónvarpsáskrifta sinna og boðið þær til kaups gegn tilteknu heildarverði. Heildarverð áskriftanna eru föst verð og stendur kaupendum ekki til boða að hafa áhrif á heildarverðið með kaupum á einstökum dagskrárliðum. Samanburður á tveimur sjónvarpsáskriftum er því að þessu leyti ekki sambærilegur samanburði á matvörum á innkaupalista þar sem staðgönguvörur eru bornar saman. Þá fellst Neytendastofa ekki á að b. liður 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 geri svo strangar kröfur að umræddar sjónvarpsáskriftir teljist ekki staðgönguvara nema sama sjónvarpsefnið sé sýnt á báðum sjónvarpsstöðvum. Neytendastofa telur slíka túlkun ótæka, enda verður að tryggja að samanburðarauglýsingar séu raunhæft úrræði fyrir aðila á markaði.

Í málinu hefur verið bent á að magn kvikmynda og afþreyingarefnis í sjónvarpsáskriftunum sé mismunandi svo dæmi sé tekið. Enda þótt Neytendastofa geti tekið undir að dagskrárliðir sjónvarpsáskriftanna séu að einhverju leyti frábrugðnir að gæðum eða magni þá fær það ekki útilokað þá niðurstöðu að sjónvarpsáskriftirnar teljist sem slíkar og í heild sinni fullnægja sömu þörfum og vera ætlaðar til sömu nota. Að mati Neytendastofu eru sjónvarpsáskriftirnar ekki nægilega frábrugðnar til þess að þær teljist ekki staðgönguþjónusta hvor við aðra. Framangreind atriði eru að auki þess eðlis að hinum almenna íslenska neytanda er kunnugt um þau og skoðar við val á þjónustu. Neytendastofa fær því ekki annað sé en að skilyrði b. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 séu uppfyllt.

Samkvæmt c. lið 15. gr. laga nr. 57/2005 skal samanburður einnig gerður á einum eða fleiri áþreifanlegum, viðeigandi, sannreynanlegum og dæmigerðum eiginleika eða eiginleikum vöru eða þjónustu, að meðtöldu verði ef vill. Í auglýsingu Skjásins er verð sjónvarpsáskriftanna borið saman. Neytendastofa fær ekki annað séð en að samanburður á heildarverði sjónvarpsáskriftanna uppfylli að þessu leyti skilyrði c. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005.

Því næst verður litið til þess hvort samanburðarauglýsing Skjásins teljist villandi í skilningi 9. gr., 14. gr. eða a. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Neytendastofa bendir á að unnt er að lýsa hlutfallslegum verðmuni á tvennan hátt. Annars vegar er hægt að lýsa því hversu hærra verð A sé en verð B og hins vegar hversu lægra verð B sé en verð A. Eins og hér horfir við er verð SkjásEins, námundað um einn heilan, 35% ódýrara en verð Stöðvar 2. Verð Stöðvar 2 er aftur á móti, námundað um einn heilan, 55% hærra en verð SkjásEins. Í auglýsingu Skjásins



er ekki lýst afslætti frá fyrra verði heldur hlutfallslegum verðmuni á þjónustu keppinauta. Í auglýsingunni er ekki fullyrt að verð Skjásins sé 55% lægra en verð Stöðvar 2. Neytendastofa telur alvanalegt að lýsa verðmuni með þeim hætti sem gert er í auglýsingunni. Þá er ekkert í málinu sem gefur tilefni til þess að álíta að rangt sé farið með verð á þeirri þjónustu sem samanburður er gerður á. Er það mat Neytendastofu að framsetning Skjásins á umræddum verðmuni sé ekki líkleg til þess að blekkja hinn dæmigerða neytanda. Telst framsetningin því ekki brot gegn 9. gr., 14. eða a. lið 15. gr. laga nr. 57/2005.

Í auglýsingu Skjásins eru einnig bornir saman nokkrir eiginleikar sjónvarpsáskriftanna og þeir paraðir saman; Stöð 2 Maraþon og Skjár Flakk, Stöð 2 Frelsi og Skjár Frelsi, Stöð 2 Netfrelsi og SkjárEinn Netfrelsi. Þá er upphæð útskriftargjalds borið saman og fjöldi Golden Globe verðlauna þáttaraða borinn saman.

Að mati Neytendastofu verður ekki annað séð en að í auglýsingunni séu bornir saman eiginleikar sem fullnægi sömu þörfum og séu ætlaðir til sömu nota. Ekki verður annað séð en að eiginleikarnir sem um ræðir séu áþreifanlegir, viðeigandi, sannreynanlegir og dæmigerðir fyrir viðkomandi þjónustu. Neytendastofa telur ekkert liggja fyrir um það í málinu að Skjárinn hafi veitt rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um viðskipti eða að ekki hafi verið greint frá upplýsingum sem máli skipti eða geti haft áhrif á fjárhagslega hegðun neytenda í því samhengi sem hér um ræðir.

Verður þá litið til þess hvort auglýsingarnar brjóti gegn 6. gr., 5. gr., og 8. gr. laga nr. 57/2005. Í auglýsingum Skjásins er ekki skírskotað til óviðkomandi mála og telur Neytendastofa form auglýsingarinnar ekki ótilhlýðilegt. Að mati Neytendastofu er sjónvarpsáskrift Stöðvar 2 ekki sýnd í sérstaklega óhagstæðu ljósi umfram það sem tilefni er til þegar litið er til þess verðmunar sem er á þjónustu keppinautanna. Telur Neytendastofa auglýsingar Skjásins ekki ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum í skilningi 2. mgr. 6. gr. laganna. Ljóst er að auglýsingar Skjásins teljast ekki til óréttmætra viðskiptahátta og því brjóta þær hvorki gegn 5. gr. né 8. gr. laga nr. 57/2005. Er það því mat Neytendastofu að ekki sé ástæða til aðgerða af hálfu stofnunarinnar í máli þessu.

IV.

Ákvörðunarorð:

„Ekki er ástæða til aðgerða af hálfu Neytendastofu í máli þessu.“

Neytendastofu, 3. september 2015

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir