



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 12/2011

Auglýsingar Morgunblaðsins um lestíma og dreifingu Fréttablaðsins og Morgunblaðsins

I.

Erindið

Þann 3. febrúar 2010 barst Neytendastofu erindi 365 miðla ehf., dags. 16. desember 2009, þar sem kvartað er yfir auglýsingum Morgunblaðsins. Í erindinu kom fram að 365 miðlar telji Morgunblaðið brjóta gegn ákvæðum 2. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, með birtingu auglýsinganna.

Kvörtunarefnið er þríþætt þar sem í fyrsta lagi er kvartað yfir upplýsingum um áskrifendur og dreifingu. Í ljósvakauglýsingu Morgunblaðsins segi að Fréttablaðinu sé „*aðeins dreift inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu*“. Það sé ekki rétt þar sem Fréttablaðinu sé dreift inn á heimili út um allt land, en greiða þurfi fyrir þá dreifingu alveg eins og áskrifendur Morgunblaðsins þurfi að gera. Í prentauglýsingu Morgunblaðsins segi að Fréttablaðinu sé aðeins dreift til „*hluta*“ höfuðborgarsvæðisins. Þetta orðalag geri 365 miðlar athugasemdir við þar sem Fréttablaðinu sé dreift til meira en 99% höfuðborgarsvæðisins og einu svæðin þar sem blaðinu sé ekki dreift sé Álftanes og Kjalarnes. Orðalagið „*hluti*“ sé því villandi og skírskoti til þess að dreifingin nái til mun minni hluta höfuðborgarsvæðisins en raunin sé.

Auk þess geri 365 miðlar athugasemdir við orðalag ljósvakauglýsingarinnar þar sem Morgunblaðið segi að sín dreifing sé „*rétt*“. Gerð er athugasemd við að Morgunblaðið geti leyft sér að ákveða að ein tegund áskriftar sé réttari en önnur og að slíkri huglægri skilgreiningu sé haldið fram sem fullyrðingu í auglýsingu. Einnig telji 365 miðlar að villt sé fyrir áskrifendum með því að ýja að því að eingöngu sé um fríáskrift að ræða hjá Fréttablaðinu en ekki að hægt sé að panta áskrift á visir.is og í gegnum síma, sem áskrifendur Fréttablaðsins út um allt land notfæri sér. 365 miðlar telja að með slíkum aðdróttunum sé vegið að viðskiptamódeli Fréttablaðsins sem snúi að dreifingu gegn greiðslu út um allt land.



Í öðru lagi er kvartað yfir því að lagður sé saman lestur Morgunblaðsins og mbl.is í auglýsingunum. 365 miðlar geri athugasemdir við þá aðferðafræði samanburðarins þar sem í auglýsingunum sé tekin saman lestur Morgunblaðsins og mbl.is. 365 miðlar minni á að Neytendastofa hafi þegar gert athugasemdir við slíkan samanburð þar sem hann sé villandi og ekki samanburðarhæfur þegar RÚV birti samanburð við Fréttablaðið. Ef Neytendastofa telji að slíkur samanburður sé ekki lengur villandi leiki 365 miðlum forvitni á að vita hvort 365 miðlar geti birt auglýsingar þar sem tekin sé saman samanlagður lestur, áhorf og hlustun á Fréttablaðið, Vísi, Stöð 2 og Bylgjuna. Þess er krafist að lestrartölur Morgunblaðsins og heimsóknartölur mbl.is verði aðgreindar, enda sé lestur dagblaða ekki það sama og heimsókn á vefsíðu og veldur slíkur samanburður ruglingi.

Í þriðja lagi er kvartað yfir samanburði á lestíma Morgunblaðsins og Fréttablaðsins í auglýsingunum. Sunnudagsblað Morgunblaðsins sé talið með í svokölluðum vikulestri en mikilvægt sé að taka fram að Fréttablaðið sé með sex blöð en Morgunblaðið sjö. 365 miðlar telji það villandi að telja saman mismunandi fjölda blaða auk þess sem það sé villandi að Sunnudagsblaðið sem komi út einu sinni í viku sé talið með. Slíkur samanburður á lestri annars vegar sama blaðs sem komu út sex sinnum í viku og hins vegar blaðs sem komu út sex sinnum í viku auk annars blaðs sem komi út einu sinni í viku sé villandi og væri sambærilegt því ef Fréttablaðið gæfi út eitthvað tímarit einu sinni í viku og teldi það með í sínum lestrarkönnunum, sem það geri að sjálfsögðu ekki.

Í prentauglýsingu Morgunblaðsins sé fullyrðing um „lestur“. 365 miðlum leiki forvitni á að vita á hverju Morgunblaðið byggji forsendur og skilgreiningu sína á „lestur“. Auk þess telji 365 miðlar villandi að í auglýsingu Morgunblaðsins sé ýjað að því að lesendur í heild lesi almennt lengur Morgunblaðið en Fréttablaðið, en í engu sé vikið að því að það virðist sem stuðst sé við tölulegar staðreyndir um að þeir lesendur sem um sé rætt eru lesendur Morgunblaðsins sem lesi líka Fréttablaðið.

Í sjónvarpsauglýsingu Morgunblaðsins segi að það sé ekki það sama að „sjá“ og „lesa“. Auk þess sé fullyrt að lesendur Fréttablaðsins verji stuttum tíma í lestur Fréttablaðsins en að lesendur Morgunblaðsins verji mun lengri tíma í lestur blaðanna. Taka megum fram að þegar Fréttablaðið fjalli um lesendur sé fjallað um alla lesendur.

Í bréfinu segir að 365 miðlum leiki einnig forvitni á að vita á hverju Morgunblaðið byggji forsendur og skilgreiningu sína á því hvað sé að „sjá“ og „mjög stuttum“ og „mun lengri“ og telur líklegt að með slíkum staðhæfingum sé brotið gegn 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. 365 miðlar viti ekki betur en að Capacent mæli bara lestur. Það sé enginn mælikvarði í gögnunum á því hvað sé stuttur lestími og hvað sé lengri lestími. Þær niðurstöður búi Morgunblaðið til úr niðurstöðum svaranna og 365 miðlar geri athugasemdir við að 16 mínútur geti talist vera stuttur



tími en 20 mínútur mun lengri tími. Í myndskaiði sjónvarpsauglýsingarinnar sé sennilega hægt að sjá bestu skilgreiningu Morgunblaðsins á því við hvað sé átt með muninum á að „sjá“ og „lesa“. Tímamæling í myndskaiðinu sjálfu gefi í skyn að Morgunblaðið sé lesið að minnsta kosti þrisvar til fimm sinnum hægar en Fréttablaðið. Það sé óumdeilanlega í mikilli þversögn við lestímamælingar Capacent og því mjög villandi fyrir neytendur og í raun jafn villandi framsetning eins og ef skorið væri neðan af súluritum.

II.

Málsmeðferð

1.

Erindi 365 miðla var sent Árvakri, rekstraraðila Morgunblaðsins, til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 8. febrúar 2010. Í bréfinu var tekið fram að auk ákvæða 2. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, sem vísað væri til í erindinu, teldi Neytendastofa ákvæði 5. og 14. gr. sömu laga geta komið til álita í málinu.

Svar Morgunblaðsins barst Neytendastofu með bréfi, dags. 26. febrúar 2010. Í bréfinu segir að áður en gerð verði grein fyrir efnislegum athugasemdum við erindið verði að koma að athugasemdum við stjórnarsýslulega meðferð málsins. Vísað er í bréf Neytendastofu til Morgunblaðsins, dags. 8. febrúar 2010, þar sem fram komi að stofnunin telji ákvæði 5. og 14. gr. laga nr. 57/2005 koma til álita í málinu.

Í 5. gr. sé mælt fyrir um bann gegn óréttmætum viðskiptaháttum en þeir séu skilgreindir í III.-V. kafla laganna. Skv. 14. gr. sé óheimilt að veita m.a. rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem sama marki séu brenndar gagnvart keppinautum.

Að teknu tilliti til hinna alvarlegu fullyrðinga í málalíbúnaði 365 miðla telji Morgunblaðið að það sé ekki í samræmi við lögmætisreglu og rannsóknarreglu stjórnarsýsluréttarins að Neytendastofa meti það, án þess að hafa gert Morgunblaðinu kleift að neyta andmælaréttar síns, hvort og hvaða lagaákvæði auglýsingarnar kunni að falla undir, sérstaklega að teknu tilliti til rangfærslna í erindi 365 miðla. Að mati Morgunblaðsins sé Neytendastofu einungis kleift að meta hvort ákvæði 5. og 14. gr. laga nr. 57/2005 komi til álita eftir að hafa kynnt sér andstað sjónarmið Morgunblaðsins og með þeim hætti lagt hlutlægt mat á fullyrðingar 365 miðla, fullyrðinga sem annað hvort séu efnislega rangar eða byggðar á misskilningi.

Bent er á að kvörtunarefni 365 miðla sé mjög afmarkað þar sem það varði einungis 2. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Með tilvísun til 5. gr. laganna hafi Neytendastofa hugsanlega útvíkkað



erindi 365 miðla til ákvæða 8. gr., 9. gr., 10. gr., 11. gr., 12. gr., 13. gr., 14. gr., 15. gr. og 15. gr. a. sömu laga, án nokkurs rökstuðnings og áður en Morgunblaðinu hafi verið gefinn kostur á að neyta andmælaréttar. Morgunblaðið telji þessa stjórnssýslu ekki vera í samræmi við áðurnefndar meginreglur stjórnssýsluréttarins og brjóta í bága við góða stjórnssýsluhætti.

Með vísan til þessa óski Morgunblaðið eftir rökstuddri afstöðu Neytendastofu til þess hvaða lagaákvæða í III.-V. kafla laga nr. 57/2005 stofnunin vilji að Morgunblaðið taki afstöðu til.

Í bréfinu áskilur Morgunblaðið sér rétt til að gæta réttar síns hvað þennan þátt málsins varði á síðari stigum, þ.m.t. með málskoti til áfrýjunarnefndar neytendamála, með kvörtun til umboðsmanns Alþingis eða fyrir almennum dómstólum.

Í bréfinu er kvörtunum 365 miðla svarað í sömu röð og í erindinu. Um fyrsta kvörtunarliðinn segir að tilvísun 365 miðla til auglýsingarinnar vegna dreifingar sé röng. Í auglýsingunni segi:

„Það er ekki það sama að dreifa út um allt og að dreifa á réttan stað. Fréttablaðinu er aðeins dreift inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri. Morgunblaðinu er dreift inn á heimili allra áskrifenda sinna víðs vegar um landið. Morgunblaðið – meira fyrir lesendur.“

Morgunblaðið takmarki sig því ekki við höfuðborgarsvæðið, eins og haldið sé fram af 365 miðlum, heldur sé Akureyri tilgreind líka. Þá sé fullyrðing 365 miðla um að Fréttablaðinu sé dreift inn á heimili út um allt land ekki í samræmi við það sem fram komi á heimasíðu fyrirtækisins, visir.is. Á heimasíðunni segi að Fréttablaðinu sé dreift í lúgur í flestum hverfum höfuðborgarsvæðisins sem og á Akureyri, en á öðrum stærri stöðum tryggi Fréttablaðið sem víðtækasta dreifingu með staðsetningu Fréttablaðakassa víðsvegar um hverfi. Að teknu tilliti til þessa sé fullyrðing um að Fréttablaðinu sé aðeins dreift inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri rétt.

Tilvísun 365 miðla til auglýsingar Morgunblaðsins vegna notkunar á orðinu „hluta“ sé einnig röng. Í auglýsingunni segi:

„Það að dreifa er ekki sama og að dreifa inn á heimili – Þessi einföldu sannindi koma vel í ljós þegar borin er saman dreifing Fréttablaðsins og Morgunblaðsins. Fyrirnefnda blaðinu er aðeins dreift inn á heimili á hluta höfuðborgarsvæðisins og á Akureyri. Morgunblaðið er borið heim til allra áskrifenda hvar sem þeir búa á landinu.“

Skv. þessu bendi auglýsing Morgunblaðsins á þá staðreynd að Fréttablaðinu sé einungis dreift inn á hluta heimila á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri, en ekki eingöngu á höfuðborgarsvæðinu, eins og skilja megi af málatilbúnaði 365 miðla. Auk þess sé ekki tekið fram



Í auglýsingunni að dreift sé til hluta höfuðborgarsvæðisins, eins og fullyrt sé af hálfu 365 miðla, heldur segi að dreift sé inn á heimili á hluta höfuðborgarsvæðisins og á Akureyri.

Hvað varði athugasemdir 365 miðla við notkun orðsins „hluta“ sérstaklega, beri að taka fram að samkvæmt fyrsta tölublaði Hagatíðinda Hagstofu Íslands 2008 var heildarfjöldi íbúa á landinu öllu hinn 1. janúar 2008 samtals 313.376 einstaklingar. Samkvæmt sama riti teljist eftirfarandi svæði til höfuðborgarsvæðisins: Reykjavík, Kópavogur, Hafnarfjörður, Garðabær, Mosfellsbær meginbyggð, Mosfellsbær Mosfellsdalur, Seltjarnarnes, Álftanes (Bessastaðahreppur), Grundahverfi (Reykjavík) og fámennari staðir. Á þessu svæði bjuggu 1. janúar 2008 samtals 196.564 einstaklingar. Af því leiðir að 62,72% landsmanna hafi búið á höfuðborgarsvæðinu, en eðli málsins samkvæmt sé einungis hluti heimila landsmanna á því landsvæði sem einungis 62,72% landsmanna búi á.

Í þessu sambandi er tekið fram að Morgunblaðið telji orðanotkun 365 miðla á orðasambandinu „dreift til meira en 99% höfuðborgarsvæðisins“ óeðlilega. Þannig orki það tvímælis hvort unnt sé að dreifa prentuðum miðli til meira en 99% höfuðborgarsvæðisins. Samkvæmt skilgreiningu orðabókar Menningarsjóðs teljist svæði vera „hluti einhvers (lands, lofts eða sjávar)“. Það leiði hins vegar af eðli máls að prentuðu blaði sé ekki dreift til svæðis, enda geti svæði ekki verið móttakandi prentmiðils, heldur hljóti miðlinum að vera dreift inn á heimili eða til lesenda miðilsins.

Jafnvel þó fullyrðing 365 miðla um að dreift sé til meira en 99% höfuðborgarsvæðisins, að undanskildu Álftanesi og Kjalarnesi, yrði skilin svo að átt væri við 99% íbúa höfuðborgarsvæðisins, þá komi við nánari skoðun í ljós að það eigi ekki við rök að styðjast. Samkvæmt upplýsingum af heimasíðu Pósthússins ehf., en það sé það félag sem sjái um dreifingu Fréttablaðsins, sé blaðinu ekki dreift til heimila í Mosfellsbæ, heldur sé blaðið skilið eftir í svokölluðum Fréttablaðakössum á tveimur stöðum. Samkvæmt fyrsta tölublaði Hagatíðinda Hagstofu Íslands 2008 sé Mosfellsbær skilgreindur sem hluti af höfuðborgarsvæðinu og þar bjuggu hinn 1. janúar 2008 samtals 8.166 einstaklingar í meginbyggð og Mosfellsdal. Slíkur fjöldi teljist til 4,15% heildaríbúafjölda höfuðborgarsvæðisins. Að teknu tilliti til þessa sé rangt að halda því fram að Fréttablaðinu sé dreift til 99% íbúa höfuðborgarsvæðisins, jafnvel þó Álftanesi og Kjalarnesi sé sleppt.

Í bréfinu segir að í kvörtun 365 miðla sé fullyrt að Morgunblaðið haldi því fram í auglýsingum sínum að „sín dreifing sé rétt“. 365 miðlar geri athugasemd við að ein tegund áskriftar sé réttari en önnur og fullyrt að auglýsingin villi um fyrir áskrifendum með því að ýja að því að eingöngu sé um fríáskrift að ræða hjá Fréttablaðinu en ekki hægt að gerast áskrifandi gegn borgun. Enn fremur sé fullyrt að auglýsingin villi fyrir áskrifendum með því að ýja að því að áskrift Fréttablaðsins sé einungis fríáskrift. Þá sé fullyrt að vegið sé að viðskiptamódeli Fréttablaðsins



sem snúi að dreifingu gegn greiðslu um allt land. Af hálfu Morgunblaðsins sé öllum fullyrðingum 365 miðla um merkingu texta auglýsingarinnar hafnað. Almenn textaskýring á því sem fram komi í auglýsingunni leiði ekki til þeirra hughrifa og skilnings sem haldið sé fram af hálfu 365 miðla. Í fyrsta lagi beri að geta þess að hvergi sé tiltekið að ein tegund áskriftar sé réttari en önnur. Einungis sé fullyrt að það sé ekki það sama að dreifa út um allt og að dreifa á réttan stað. Ekki sé minnst á áskrift heldur dreifingu. Í öðru lagi sé í auglýsingunni bent á að Fréttablaðinu sé dreift inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri, en Morgunblaðinu sé dreift á heimili áskrifenda sinna víðs vegar um landið. Eins og áður hafi komið fram sé þessi fullyrðing í samræmi við það sem fram komi á heimasíðu 365 miðla. Í þriðja lagi hafnar Morgunblaðið því að ýjað sé að því að eingöngu sé um fríáskrift af Fréttablaðinu að ræða. Um sé að ræða huglæga túlkun 365 miðla sem gangi geng almenntri textaskýringu og orðum auglýsingarinnar.

Ennfremur er hafnað þeirri fullyrðingu 365 miðla að auglýsingin hafi að geyma aðdróttanir sem vegi að viðskiptamódeli Fréttablaðsins sem snúi að dreifingu gegn greiðslu út um allt land. Í auglýsingunni sé hvergi minnst á viðskiptamódel Fréttablaðsins, heldur vísað til staðreynda sem m.a. megi finna á heimasíðu 365 miðla. Þá sé framsetning auglýsingarinnar mjög lík framsetningu auglýsinga Fréttablaðsins, en blaðið takmarki framsetningu upplýsinga um lestur Fréttablaðsins við höfuðborgarsvæðið.

Um annan kvörtunarlið 365 miðla segir í bréfi Morgunblaðsins að vegna athugasemda við aðferðafræði samburðar þar sem tekin sé saman lestur Morgunblaðsins og vefsíðunnar mbl.is sé nauðsynlegt að vísa til texta auglýsingarinnar. Þar segi:

„Yfir 90% Íslendinga lesa prent- og netútgáfu Morgunblaðsins, báðar eða aðra hvora, daglega – Ef þú átt erindi við þjóðina þarftu ekki að leita lengra. Daglega nærðu til 74% landsmanna og í viku hverri til 90% allra aldursflokka nema þess elsta, „aðeins“ næst í 85% þeirra sem eru á aldrinum 68 til 80 ára!“

Fyrst beri að geta þess að enginn samburður sé gerður á milli fjölmiðla, heldur sé einungis fullyrt að 90% Íslendinga lesi prent- og netútgáfu Morgunblaðsins. Því sé um að ræða misskilning af hálfu 365 miðla. Þá beri einnig að geta þess að ofangreind fullyrðing sé rétt að teknu tilliti til núverandi rekstrarfyrirkomulags Morgunblaðsins. Morgunblaðið hafi, líkt og flest dagblöð, einnig netútgáfu. Oftast sé fyrirkomulagi hjá dagblöðum það sama og hjá Morgunblaðinu þar sem ein og sama ritstjórn sjái um bæði prent- og netútgáfu blaðsins. Í því sambandi er vísað til þess að Davíð Oddsson og Haraldur Johannessen séu ritstjórar Morgunblaðsins og netútgáfu blaðsins, mbl.is. Því sé um sama miðil að ræða sem noti fleiri en eina dreifileið. Miðillinn framleiði fréttæfni sitt, að sjálfsögðu, í samræmi við eiginleika hvernar dreifileiðar fyrir sig.



Heimasíða 365 miðla, visir.is, sé hins vegar ekki netútgáfa Fréttablaðsins, heldur sé um að ræða vef sem hafi aðgreinda ritstjórn. Það sé því ekki hægt að reikna sameiginlega notkun Fréttablaðsins og visir.is eins og hægt sé með Morgunblaðið og mbl.is.

Hvað varði þær tölur sem fram komi í nefndri auglýsingu, beri að taka það fram að stuðst hafi verið við tölur frá Capacent Gallup. Capacent Gallup mæli lestur á Morgunblaðinu og umferð um mbl.is í lestrarkönnunum sínum. Eins og fram komi í auglýsingunni byggji tölulegar upplýsingar á könnun Capacent Gallup sem framkvæmd var á tímabilinu ágúst til september 2009.

Auk framangreinds telji Morgunblaðið eðlilegt að birta samræmda lestrarmælingu á prent- og netútgáfu Morgunblaðsins á mbl.is, þegar tekið sé tillit til erlendra framkvæmdar. Í mörgum nágrannalöndum séu birtar samræmdar lestrarmælingar á prent- og netútgáfu fjölmiðla og annast hlutlausir aðilar framkvæmd slíkra mælinga. Í þessu sambandi vísi Morgunblaðið til eftirfarandi stofnana og samtaka sem birti sameiginlega upplýsingar um lestur prentmiðla og netmiðla: (1) The Audit Bureau of Circulations sé vettvangur helstu dagblaða og tímarita og auglýsenda í Bandaríkjunum sem veiti hvers kyns þjónustu fyrir útgefendur og auglýsendur þar í landi. Þessi stofnun birti nú lestur prentmiðla og netmiðla í einu yfirliti til hagræðis fyrir útgefendur og auglýsendur. (2) The World Association of Newspapers séu samtök blaðaútgefenda og stjórnenda þeirra í 122 löndum. Hinn 3.-5. mars 2010 verði haldin ráðstefna í Kaupmannahöfn þar sem rætt verður um að dreifingartölur prentmiðla gefi ekki lengur nákvæma mynd af lestri þeirra, heldur beri enn fremur að líta til lesturs á vefsíðu prentmiðlanna.

Samkvæmt framansögðu tíðkist það erlendis að birta sameiginlega upplýsingar um lestur prentmiðla og netmiðla. Af því leiði að Morgunblaðið hafi ákveðið að fylgja erlendri framkvæmd í auglýsingum sínum og verði að telja að slík framkvæmd brjóti ekki gegn lögum nr. 57/2005.

Um þriðja kvörtunarlið 365 miðla, sem snúi að lestíma Morgunblaðsins og Fréttablaðsins, segir í bréfi Morgunblaðsins að óhjákvæmilegt sé að benda á að umræddar athugasemdir 365 miðla, um að Sunnudagsblað Morgunblaðsins sé talið með í vikulestri, varði framkvæmd lestrarkannana Capacent Gallup, en fyrirtækið sé ekki aðili þess stjórnsýslumáls sem erindi 365 miðla varði. Af því leiði að félagið geti ekki gætt réttar síns í málinu samkvæmt stjórnsýslulögum og álitamál hvort Neytendastofa sé bær að lögum til að taka stjórnvaldsákvörðun um réttindi og skyldur félagsins.

Athugasemdum 365 miðla um að Sunnudagsblað Morgunblaðsins sé talið með í vikulestri vegna þess að það komi einungis út einu sinni í viku er hafnað. Sunnudagsblað Morgunblaðsins sé



reglulegur hluti af útgáfu blaðsins rétt eins og mánudags- og fimmtudagsblað. Í raun komi öll tölublöð Morgunblaðsins, rétt eins og tölublöð Fréttablaðsins, einungis út einu sinni í viku. Þannig sé útgáfustarfsemi blaðanna upp byggð.

Í bréfinu segir að það sé afstaða Morgunblaðsins að það geti hvorki talist réttmæt né sanngjörn krafa af hálfu 365 miðla að lestrarkannanir Capacent Gallup taki mið af uppbyggingu útgáfu 365 miðla, einkum þeirri staðreynd að Fréttablaðið sé gefið út sex sinnum í viku en ekki sjö sinnum, líkt og Morgunblaðið. Almennt megi telji að lestrarkannanir Capacent Gallup ættu að vera þannig uppbyggðar að þær mældu lestur tölublaða eins og þau séu útgefin, ekki sé hægt að fallast á kröfu um að uppbygging lestrarkannana falli að útgáfustarfsemi 365 miðla.

Auk þess sé fullyrðingum 365 miðla um villandi samanburð alfarið hafnað, einkum þeirri fullyrðingu að „[...] samanburður á lestri annars vegar sama blaðs sem kemur út 6 sinnum í viku og hins vegar blaðs sem kemur út 6 sinnum í viku plús annars blaðs sem kemur út einu sinni í viku [...]“. Veruleikanum sé hér ranglega lýst til þess eins að þjóna málatilbúnaði 365 miðla. Sunnudagsblað Morgunblaðsins sé sunnudagsblað þó það sé borið út á laugardögum. Þess beri að geta að breyting á blaðinu, sem framkvæmd var 25. október 2009, sé fyrst og fremst útlitsbreyting, enda hafi gamla Sunnudagsblað Morgunblaðsins verið prentað á hádegi á laugardögum og borið út á laugardagskvöldum. Þrátt fyrir það hafi enginn efast um að það væri sunnudagsblað. Hið sama eigi við um útgáfu blaðsins í núverandi mynd.

Þess beri þó að geta að Morgunblaðið kunni að endurskoða þennan þátt málsins á síðari stigum. Það sé mat Morgunblaðsins að það hljóti eðli málsins samkvæmt að gerast að höfðu samráði við Capacent Gallup, þ.e. þann aðila sem framkvæmi umræddar kannanir.

Í kvörtun 365 miðla hafi verið gerð athugasemd við prentauglýsingu Morgunblaðsins og því lýst yfir að félaginu „leiki forvitni á að vita“ hvað Morgunblaðið byggji forsendur og skilgreiningu sína á hvað sé „lestur“. Auk þess sem því sé haldið fram að auglýsingarnar séu villandi, ýjað að því að lesendur í heild sinni lesi almennt lengur Morgunblaðið en Fréttablaðið en í engu sé vikið að því að það virðist sem stuðst sé við tölulegar staðreyndir um að þeir lesendur sem um sé rætt séu lesendur Morgunblaðsins sem lesi líka Fréttablaðið. Vegna þessa segir í bréfi Morgunblaðsins að félagið telji ástæðu til að taka fram að í prentauglýsingunum segir:

„Lesendur verja helmingi lengri tíma í lestur á Morgunblaðinu en Fréttablaðinu – Lesendur Fréttablaðsins verja að jafnaði 54% meiri tíma í viku hverri til lesturs Morgunblaðsins en Fréttablaðsins. Enn fremur er gott fyrir auglýsendur að hafa í huga að Mbl.is og Morgunblaðið ná í viku hverri til yfir 90% landsmanna.“



Hvað varði skilgreiningu Morgunblaðsins á hugtakinu „*lestur*“ sé vísað til Orðabókar Menningarsjóðs en þar segi að *lestur* sé „*það að lesa*“. Í sömu bók segi að sögnin lesa þýði að „*ráða úr leturtáknum (þannig að úr verði samfellt mál, orð og orðsetningar)*“.

Morgunblaðið hafnar málatilbúnaði 365 miðla um að það sé villandi að ýja að því að lesendur lesi almennt lengur Morgunblaðið en Fréttablaðið, enda sé um að ræða staðreynd sem byggir á úrvinnslu niðurstöðu lestrarkönnunar Capacent Gallup. Í lestrarkönnuninni sé spurt um það í hve margar mínútur fólk lesi Morgunblaðið og Fréttablaðið og sé það niðurstaða Capacent Gallup að lesendur lesi Morgunblaðið 54% lengur í viku hverri en Fréttablaðið. Eftir að kvörtun 365 miðla kom fram hafi Morgunblaðið haft samband við Capacent Gallup og óskað staðfestingar á því hvernig útreikningar félagsins væru uppbyggðir. Með tölvupósti Capacent Gallup var staðfest sú niðurstaða að munur á lestíma Morgunblaðsins og Fréttablaðsins væri 54,8%.

Auk þess hafnar Morgunblaðið þeirri fullyrðingu 365 miðla að „[...] í engu er vikið að því að það virðist sem stuðst er við tölulegar staðreyndir um að þeir „*lesendur*“ sem um er að ræða eru lesendur Morgunblaðsins sem líka lesa Fréttablaðið.“ Í auglýsingatexta komi skýrt fram að lesendahópurinn, sem stuðst hafi verið við las bæði Morgunblaðið og Fréttablaðið. Ekki sé hægt að skilja orðalag auglýsingarinnar öðruvísi.

365 miðlar hafi einnig gert athugasemdir við notkun orðanna „*sjá*“, „*mjög stuttum*“ og „*mun lengri*“ í sjónvarpsauglýsingum Morgunblaðsins. Morgunblaðið telji ástæði til að vekja sérstaka athygli á ónákvæmni í málatilbúnaði 365 miðla þar sem endursögn félagsins á texta auglýsinganna sé röng. Í umræddri auglýsingu segi:

„*Það er ekki það sama að sjá og lesa – Fólk ver stuttum tíma í að lesa Fréttablaðið, en mun lengri tíma í að lesa Morgunblaðið.*“

Í þessum hluta kvörtunarinnar hafi 365 miðlar óskað eftir því að vita hvað Morgunblaðið byggir forsendur og skilgreiningu sína á hvað sé að „*sjá*“, hvað orðasamböndin „*mjög stuttum*“ og „*mun lengri*“ á undan hugtakinu „*tíma*“ þýði. Ítrekað er að í auglýsingunni segi ekki „*mjög stuttum*“. Samkvæmt Orðabók Menningarsjóðs þýði sögnin sjá „*að skynja með augunum*“. Samkvæmt almennri málvenju þýði orðin „*stuttur*“ og „*langur*“ með nafnorðinu tími venjulega það að eitthvað taki stuttan tíma á meðan annað taki langan tíma. Ef fullyrt sé að eitthvað taki „*mun lengri*“ tíma þá vísi það iðulega til tveggja atburða þar sem annar taki mun lengri tíma en hinn. Hins vegar ráðist merking orðanna af því hversu langur fyrri atburðurinn sé, að teknu tilliti til seinni atburðarins. Þannig sé merking þessara lýsingarorða afstæð, enda háð nafnorðinu tími.

Ofangreindum orðasamböndum sé ætlað að sýna niðurstöðu Capacent Gallup sem sýni að lesendur lesi Morgunblaðið 54% lengur heldur en Fréttablaðið. Morgunblaðið sé lesið í samtals



157,39 mínútur á meðan Fréttablaðið sé lesið í 101,66 mínútur, en í því felist að Morgunblaðið sé lesið 54% lengur hverja viku. Að mati Morgunblaðsins sé hér um að ræða mun lengri lestur á Morgunblaðinu en Fréttablaðinu.

Þá sé fullyrðingu 365 miðla um að í auglýsingum um lestur Fréttablaðsins sé tekið fram að þegar Fréttablaðið fjalli um lesendur þá sé þar fjallað um alla lesendur, mótmælt sem rangri.

Að lokum er í bréfi Morgunblaðsins fjallað um málatilbúnað 365 miðla og segir að hluti kvörtunar 365 miðla varði framkvæmd lestrarkannana Capacent Gallup, en það félag sé ekki aðili þess stjórnsýslumáls sem um ræði. Því sé það umhugsunarefni hvort Neytendastofa sé bær að lögum til að taka ákvörðun í máli sem varði framkvæmd kannana. Þá telji Morgunblaðið óhjákvæmilegt að benda á að erindi 365 miðla feli að hluta í sér beiðni um upplýsingar. Þannig séu settar fram fyrirspurnir um að „[...] 365 leiki forvitni á að vita [...]“ um tiltekin atriði tengdum framsetningu auglýsinganna. Morgunblaðið hafi leitast eftir fremsta megni við að veita umbeðnar upplýsingar en telji hins vegar að hentugra hefði verið að afgreiða beiðni af þessu tagi milli aðila í stað þess að senda kvörtunarbréf til Neytendastofu.

Morgunblaðið bendir einnig á að í upphafi kvörtunarbréfs 365 miðla komi fram að auglýsingar Morgunblaðsins brjóti gegn 2. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Hins vegar séu einstakar fullyrðingar ekki heimfærðar í meginefni bréfsins undir 2. og 4. mgr. 6. gr. laganna. Þetta hafi þýðingu við mat á því hvort ákvæðin eigi við samkvæmt efni sínu. Svo dæmi sé nefnt þá geri 2. mgr. 6. gr. ráð fyrir því að auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir skuli ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum. Hins vegar sé ljóst að sumar auglýsinganna séu hvorki beint gegn keppinautum né neytendum heldur til auglýsenda á fjölmiðlamarkaði. Það sé því ljóst að sumar auglýsingarnar falli eðli málsins samkvæmt ekki undir 2. mgr. 6. gr. laganna.

Ennfremur sé það afstaða Morgunblaðsins að skortur 365 miðla á að heimfæra einstaka fullyrðingar sínar undir 2. og 4. mgr. 6. gr. hafi áhrif á lögskýringu nefndra ákvæða. Þannig megi nefna annað dæmi að í gagnrýni sinni á auglýsingar Morgunblaðsins haldi 365 miðlar því fram að verið sé að villa um fyrir áskrifendum. Ákvæði 2. og 4. mgr. 6. gr. hafi ekki að geyma það efnisatriði hvort að auglýsing villi um fyrir neytendum.

Til að gæta sannmælis beri þó að geta þess að í einu tilviki sé texti heimfærður undir 2. mgr. 6. gr. Hins vegar sé endursögn texta auglýsingarinnar efnislega röng og því sé rangur auglýsingatexti heimfærður undir málsgreinina. Að mati Morgunblaðsins sé sá málatilbúnaður ámælisverður. Þá sé kaldhæðnislegt að 365 miðlar saki Morgunblaðið um villandi auglýsingar með málatilbúnaði sem vart geti talist annað en villandi.



Morgunblaðið komist ekki hjá því að benda á að kvörtunarbréf 365 miðla sé dagsett hinn 16. desember 2009, en bæði fyrir og eftir þann dag hafi auglýsingar Morgunblaðsins verið fluttar í helstu fjölmiðlum landsins. Auglýsingarnar hafi verið fluttar í ljósvakamiðlum 365 miðla á tímabilinu 20. nóvember 2009 til 29. nóvember 2009. Auk þess hafi þær birst í allflestum sjónvarpsstöðum landsins á tímabilinu 4. desember 2009 – 8. janúar 2010. Með bréfinu fylgdu upplýsingar í fylgiskjöllum þar sem fram kom að Morgunblaðið hafi keypt fjölmarga auglýsingatíma á Stöð 2, sjónvarpsstöð 365 miðla, á fyrrnefndu tímabili.

Í þessu felist að upphafsaðili málsins, 365 miðlar, hafi sýnt þær auglýsingar sem mál þetta varði eftir að hann hafði mótað sér þá afstöðu að efni auglýsinganna bryti gegn hagsmunum sínum og neytenda samkvæmt 2. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Að mati Morgunblaðsins hafi það grundvallarþýðingu í málinu. Aldrei á ofangreindu tímabili, sérstaklega eftir að bréf 365 miðla hafi verið samið, hafi Morgunblaðinu verið bent á þá afstöðu 365 miðla sem lýst sé í kvörtunarbréfi félagsins. Þvert á móti sýni þetta öðru fremur hversu mótsagnakennd afstaða 365 miðla sé í málinu og dragi, ásamt því sem áður hafi verið rakið, úr trúverðugleika félagsins.

2.

Bréf Morgunblaðsins var sent 365 miðlum til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 5. mars 2010. Samhliða því bréfi var með bréfi Neytendastofu til Morgunblaðsins svarað þeim athugasemdum sem gerðar voru við stjórnsýslulega meðferð málsins. Í bréfinu til Morgunblaðsins segir að samkvæmt 1. mgr. 4. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, sem og 2. gr. laga nr. 62/2005, um Neytendastofu og talsmann neytenda, fari Neytendastofa með eftirlit laga nr. 57/2005, í umboði dómsmála- og mannréttindaráðherra¹. Hlutverk Neytendastofu skv. lögnum sé því að fjalla um þær kvartanir og ábendingar sem berist stofnuninni um hugsanleg brot gegn ákvæðum laganna auk þess að sinna sjálfstæðu eftirliti með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Neytendastofa hafi því eftirlit með því að aðilar í atvinnustarfsemi brjóti ekki gegn ákvæðum laganna. Stofnunin geti því ekki fallist á að tilvísun til ákvæða laganna við meðferð málsins brjóti gegn lögætisreglu.

Berist stofnuninni erindi þar sem kvartað er yfir viðskiptaháttum eða markaðssetningu sem fallið geti undir ákvæði laga nr. 57/2005 sinni stofnunin rannsóknarskyldu sinni m.a. með því að fara yfir erindið og þær auglýsingar, eða aðra viðskiptahætti, sem kvartað er yfir. Telji stofnunin kvörtunarefnið geta varðað ákvæði laganna sem ekki er vísað til í erindinu veiki stofnunin athygli á því svo sá aðili sem kvörtunin beinist að geti nýtt andmælarétt sinn, sem lögvarinn er í stjórnsýslulögum.

¹ Nú Innanríkisráðherra



Í bréfinu segir jafnframt að Neytendastofa vilji vekja sérstaka athygli á því að í bréfi stofnunarinnar, dags. 8. febrúar 2010, segir að stofnunin telji geta komið til álita í málinu ákvæði 5. og 14. gr. laga nr. 57/2005. Með því hafi stofnunin ekki tekið afstöðu til álitamálsins heldur sé vakin athygli á því að kvörtunarefnið geti fallið undir framangreind ákvæði. Með vísun til ákvæðanna komi því fram með hvaða hætti Neytendastofa muni fjalla um málið þegar gagnaöflun þess sé lokið og Morgunblaðinu því gefinn kostur á að nýta andmælarétt sinn svo sem frekast sé unnt.

Í 5. gr. laga nr. 57/2005 segi að óréttmætir viðskiptahættir séu bannaðir og að í III.-V. kafla laganna sé nánar tilgreint hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta. Neytendastofa geti ekki fallist á það sem fram komi í bréfi Morgunblaðsins að brot gegn 5. gr. geti falið í sér brot gegn öllum ákvæðum III.-V. kafla laganna. Brjóti aðilar hins vegar gegn einhverju af því ákvæði sem fram komi í áðurnefndum köflum feli það einnig í sér brot gegn 5. gr.

Að lokum var í bréfinu vakin athygli á því að skv. 4. mgr. 4. gr. laga nr. 57/2005 séu ákvarðanir sem Neytendastofa taki á grundvelli laganna kærnanlegar til áfrýjunarnefndar neytendamála. Þar sem stjórnarsýsluleg meðferð málsins, sem kvartað var yfir, bindi ekki enda á meðferð málsins verði hún kærnanleg til áfrýjunarnefndar þar efnisleg niðurstaða liggi fyrir í málinu, sbr. 2. mgr. 26. gr. stjórnarsýslulaga nr. 37/1993.

3.

Svar 365 miðla barst með bréfi, dags. 8. júlí 2010. Í bréfinu er athugasemdum Morgunblaðsins svarað í sömu röð og í upphaflegu erindi. Um fyrsta kvörtunarliðinn segir að vissulega sé rétt að í hinni umkvörtnuðu auglýsingu sé nefnt að Fréttablaðinu sé dreift á Akureyri en það breyti ekki upphaflegri kvörtun 365 miðla um að Fréttablaðinu sé í reynd dreift um land allt en í auglýsingunni sé því haldið fram að svo sé ekki. Í bréfi Morgunblaðsins séu gerðar athugasemdir við að ekki sé samræmi í upphaflegu erindi 365 miðla og upplýsinga á vefsíðu félagsins, visir.is, um dreifingu Fréttablaðsins utan höfuðborgarsvæðisins og Akureyrar. 365 miðlar benda á að á umræddri vefsíðu séu fimm mjög áberandi krækjur varðandi dreifingu Fréttablaðsins og ein þeirra beri yfirskriftina „*Fáðu Fréttablaðið inn um lúguna*“. Ef smellt sé á krækjuna komi í ljós að hægt sé að panta Fréttablaðið í lúguna hvert á land sem er.

Vegna kvörtunar yfir notkun á orðinu „*hluta*“ segir um svar Morgunblaðsins að vel kunnir að vera að megin munur sé í íslenskri tungu á orðasamböndunum „*á hluta*“ og „*til hluta*“ og því biðjist 365 miðlar velvirðingar á vankunnáttu sinni þar um. 365 miðlar telji þó að slíkur málflutningur sé til þess fallin að dreifa athyglinni frá því að í grunninn sé auglýsing Morgunblaðsins villandi þar sem hún gefi í skyn að Fréttablaðinu sé dreift einungis á eða til hluta höfuðborgarsvæðisins, sem sé ekki rétt. Fréttablaðinu sé í reynd dreift til langflestra heimila á höfuðborgarsvæðinu. Í upphaflegu erindi 365 miðla hafi komið fram að blaðinu væri dreift inn á



99% heimila á höfuðborgarsvæðinu en réttilega sé á það bent í bréfi Morgunblaðsins að sú fullyrðing fái ekki staðist. 365 miðlum hafi yfirsést nýleg breyting í Mosfellsbæ þar sem heimadreifingu hafi verið hætt til allra nema áskrifenda. Í bréfi Morgunblaðsins hafi verið vitnað til talna frá Hagstofu Íslands þar sem fram komi að íbúar Mosfellsbæjar séu 4,15% af íbúafjölda höfuðborgarsvæðisins. Það sé rétt en eftir standi að þrátt fyrir það sé Fréttablaðinu dreift inn á langflest heimili á höfuðborgarsvæðinu eða u.þ.b. 92-95% þeirra, en ekki einungis hluta þeirra. Þau 5-8% heimila sem ekki fái Fréttablaðið í heimadreifingu geti pantað það í áskrift og fengið sent til sín, rétt eins og Morgunblaðið. Þrátt fyrir ofangreint telji 365 miðlar upphaflega kvörtun standa þar sem aðal atriði málsins sé að umrædd auglýsing sé villandi og gefi í skyn að heimadreifing Fréttablaðsins á höfuðborgarsvæðinu sé mun minni en hún raunverulega sé.

Í bréfi 365 miðla eru ítrekuð fyrri rök vegna notkunar Morgunblaðsins á orðinu „rétt“ í hinum umkvörtuðu auglýsingum.

Um annan kvörtunarlið vegna aðferðafræði auglýsinganna, þar sem lestri Morgunblaðsins og mbl.is sé skeytt saman, segir í bréfi 365 miðla að ítrekuð séu fyrri rök um að villandi sé að bera saman lestur á Fréttablaðinu annars vegar og Morgunblaðinu og mbl.is hins vegar enda séu heimsóknir á mbl.is töluvert fleiri en lestrartölur Morgunblaðsins. Þar að auki sé í auglýsingunni villandi misræmi þar sem í fyrirsögninni segi að yfir 90% Íslendinga lesi prent- og netútgáfu Morgunblaðsins, báðar eða aðra hvora, daglega en í texta auglýsingarinnar sé fjallað um að hlutfallið sé einungis 74% fyrir dag hvern og yfir 90% uppsafnað á viku. Ítrekað er að blað og vefur séu ólíkir auglýsingamiðlar og mælieiningar sem notaðar séu til að meta þá sem auglýsingamiðla séu ólíkar. Því sé það villandi að leggja saman mælieiningarnar án þess að fjalla líka um þær hvora um sig. Í bréfinu eru gerðar athugasemdir við tilvísun Morgunblaðsins til framkvæmdar Audit Bureau of Circulation. Slík framsetning sé ekki sambærileg þar sem dreifing (e. circulation) og lestur (e. readership) sé ekki það sama. Tilvitnun til Audit Bureau of Circulation beri að skoða í því ljósi að víða í Bandaríkjunum séu dreifingartölur einu upplýsingarnar sem auglýsendur hafi til að meta gildi blaða sem auglýsingamiðla, en það sé ekki staðan hérlendis því hér séu blöð metin sem auglýsingamiðill eftir meðallestri á eintak og netmiðlar eftir heimsóknarfjölda. Varðandi tilvitnun í The World Association of Newspapers og ráðstefnu þeirra er í bréfi 365 miðla bent á að fjölmiðlamælingar og sá gjaldmiðill sem þær skapi séu samvinnuverkefni samstarfshópa sem samanstandi af miðlaeigendum, oft allra miðlategunda, auglýsingafyrirtækja og rannsóknaraðila. Samkvæmt evrópskri hefð starfi í flestum löndum slíkir samstarfshópar um fjölmiðlamælingar og þeirra hlutverk sé að búa til gjaldmiðil auglýsingamarkaðarins eða hluta markaðarins eins og t.d. fyrir blaðamarkað og sjónvarpsmarkað, í hverju landi fyrir sig.

Í þessu sambandi sé einnig mikilvægt að taka fram að Morgunblaðið bjóði samkvæmt verðskrá sinni ekki upp á eitt verð fyrir kaup á auglýsingu í Morgunblaðinu og auglýsingu á vefnum



mbl.is til birtinga samtímis, eins og að um eina heild sé að ræða og aðferðin sem um sé deilt í málinu standist eðlilega ekki nema sá háttur sé hafður á. Það sé svokallað snertiverð sem sé helsti mælikvarði auglýsenda á árangur auglýsinga og til að meta fjárfestinguna í auglýsingakaupunum. Snertiverð segi til um hversu mikið það kosti að ná í hvern lesanda eða gest. Auglýsendur séu háðir því að þekkja snertiverðið í hvorum miðli fyrir sig, til að leggja mat á árangur auglýsinganna, hversu marga náðist í með Morgunblaðinu og hversu marga náðist í á mbl.is. Auglýsingarnar séu keyptar í sitthvoru lagi og kosti mismunandi mikið og nái mismunandi árangri hvað varði lesendur eða gesti og þannig sé mismunandi snertiverð fyrir sitt hvora birtinguna. Það sé því einfaldlega eitt snertiverð í Morgunblaðinu og annað fyrir birtinguna á mbl.is. Að mati 365 miðla sé því lykilatriði fyrir auglýsendur að vita hversu margir lesi Morgunblaðið og hversu margir heimsæki mbl.is í sitt hvoru lagi. Það sé því villandi að auglýsa að tveir miðlar nái einhverjum ákveðnum árangri þegar þeir séu lagðir saman og séu svo ólíkir og auglýsandinn þurfi upplýsingar um dekkun hvors fyrir sig. Tilgangur umræddrar aðferðar Morgunblaðsins sé augljós, þ.e. að geta notað hærri tölu en einungis lestrartölu Morgunblaðsins. Að lokum vilji 365 miðlar gera athugasemd við málf lutning í athugasemdum Morgunblaðsins þar sem um sömu ritstjóra sé að ræða, en svo sé ekki hjá Fréttablaðinu og visir.is. 365 miðlar efist um að félagið geti leyft sér að leggja tölur um áhorf sjónvarpsfrétta Stöðvar 2 við heimsóknir á visir.is þrátt fyrir að á þeim miðlum sé um sama ritstjóra að ræða.

Um þriðja kvörtunarliðinn segir, að athugasemdir Morgunblaðsins um að Capacent Gallup sé ekki aðili að málinu og því geti Neytendastofa ekki tekið ákvörðun um kvörtunina, séu að mati 365 miðla byggðar á misskilningi á hlutverki Capacent Gallup. Þær kannanir sem um ræði séu á vegum samstarfshóps um samfelldar dagblaðamælingar þar sem fulltrúar séu, auk 365 miðla og Árvakurs, rekstaraðila Morgunblaðsins, SÍA samtök auglýsingastofa og nokkur sjálfstætt starfandi birtingarfyrirtæki. Capacent Gallup sé einungis framkvæmdaraðili kannananna, sem þessi hópur standi að sem verksali. Í athugasemdum Morgunblaðsins segi jafnframt að lestur Sunnudagsblaðs Morgunblaðsins eigi að vera með í samanburði á lestíma. Vegna þessa er í bréfi 365 miðla ítrekað að upphafleg kvörtun 365 miðla um að Sunnudagsblaðið sé tekið með í lestíma varði tvennt. Í fyrsta lagi sé ósanngjarn samanburður að bera saman uppsafnaðan heildarlestíma á sjö blöðum Morgunblaðsins og sex blöðum Fréttablaðsins. Í öðru lagi sé Sunnudagsblaðið tímarit og/eða sérblað sem fylgi laugardagsblaði Morgunblaðsins og þrátt fyrir málf lutning Morgunblaðsins í málinu hafi Árvakur farið fram á það við fagrað fyrir samfelldar mælingar á dagblaðalesti að það verði sem fyrst gerð sú breyting á dagblaðamælingum að Sunnudagsblað Morgunblaðsins verði mælt sem tímarit eða aukablað óháð lestri Morgunblaðsins. Með þeirri beiðni sé ljóst að þar með sé tekið undir sjónarmið 365 miðla um að Sunnudagsblaðið sé ekki einungis sunnudagsblað Morgunblaðsins heldur sjálfstætt tímarit eða sérblað.

Vegna kvörtunar um að ekki sé tekið fram í prentauglýsingum Morgunblaðsins að þeir lesendur sem fjallað sé um séu lesendur Morgunblaðsins sem einnig lesi Fréttablaðið, segir í bréfi 365



miðla að félagið telji að með því að tiltaka „lesendur“ og segja að 54% þeirra verji að jafnaði meiri tíma til lesturs Morgunblaðsins en Fréttablaðsins verði auglýsingin ekki skilin öðruvísi en svo að um sama lesendahóp sé að ræða. Í útreikningum Capacent Gallup megi sjá að það fái ekki staðist því útreikningarnir eigi við um alla lesendur, ekki lesendur Fréttablaðsins sem einnig lesi Morgunblaðið eins og fram komi í auglýsingunni.

Í bréfi Morgunblaðsins hafi verið gerðar athugasemdir við kvörtun 365 miðla um að í sjónvarpsauglýsingum Morgunblaðsins komi fram að það sé ekki það sama að sjá og lesa og að lesendur Fréttablaðsins verji stuttum tíma í lestur Fréttablaðsins en lesendur Morgunblaðsins verji mun lengri tíma í lestur blaðanna. Af hálfu 365 miðla eru gerðar athugasemdir við svör Morgunblaðsins og segir að félagið telji ástæðu til að birta aftur þann texta sem lesinn sé í auglýsingunni. Þar segi orðrétt: „*Það er ekki það sama að sjá og lesa – Fólk ver stuttum tíma í að lesa Fréttablaðið, en mun lengri tíma í að lesa Morgunblaðið.*“ (leturbreytingar 365 miðla). Ekki sé hægt að halda því fram að 365 miðlar misskilji texta auglýsingarinnar eða að haft sé rangt eftir. Auglýsingin segi nokkuð skýrt að Fréttablaðið sé séð, hvað sem það þýði, en að Morgunblaðið sé lesið. Þess vegna eru ítrekaðar efasemdir um að ekki sé ljóst í hverju munurinn sé að sjá og lesa og við hvað Morgunblaðið styðjist í þeim efnum, þar sem Capacent Gallup mæli einungis lestur. Af hálfu 365 miðla er því hafnað að skilgreiningar orðabóka á mismuni orðanna geti skilgreint einhliða lestrarlegt hugtak, sem eigi að taka mið af sameiginlegum mælikvörðum úr sameiginlegri úrvinnslu leskönnunar.

Ítrekað er að í upphaflegri kvörtun 365 miðla hafi komið fram að í myndskreiði sömu sjónvarpsauglýsingar hafi verið hægt að sjá bestu skilgreiningu Morgunblaðsins á því hvað átt væri við með muninum á að sjá og lesa þar sem tímamæling í myndskreiðinu gæfi í skyn að Morgunblaðið væri lesið að minnsta kosti þrisvar til fimm sinnum hægar en Fréttablaðið og það sé óumdeilanlega í mikilli þversögn við lestímamælingar Capacent Gallup og því afar villandi. Hraðabreyting í auglýsingunni sé í miklu ósamræmi við mælingu lestíma. Samkvæmt fylgiskjali með svari Morgunblaðsins, þar sem fram komi útreikningar Capacent Gallup, sé lestími á sex eintökum af Fréttablaðinu 102 mínútur. Það sé enginn mælikvarði sem rökstyðji fullyrðingu um að það sé stuttur tími til að lesa sex tölublöð dagblaðs. Það sé einnig hæpið að gefa sér að 157 mínútna lestími sé mun lengri tími en 102 mínútur, þegar samanburðurinn sé annars vegar lestími Morgunblaðsins á sjö tölublöðum, borinn saman við lestíma á sex tölublöðum Fréttablaðsins. Slíkur samanburður sé því enn ósanngjarnari ef tekið sé tillit til þess að tölublöð Morgunblaðsins mánudag-laugardags séu 51 síða, að meðaltali hvert blað, en sex tölublöð Fréttablaðsins séu 47 síður að meðaltali.

4.

Bréf 365 miðla var sent Morgunblaðinu til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 23. júlí 2010. Svar barst með bréfi, dags. 3. september 2010.



Í bréfi Morgunblaðsins er vísað til þess að í bréfi 365 miðla sé beðist afsökunar á fjölmörgum rangfærslum, mistökum og ónákvæmni sem fram hafi komið í upphaflegu erindi félagsins. Að mati Morgunblaðsins hafi það ekki einungis áhrif á trúverðugleika félagsins í því ágreiningsmáli sem til umfjöllunar sé heldur ennfremur á þær fullyrðingar sem fram komu í síðara bréfi félagsins. Hefur það sérstaka þýðingu þar sem í erindi 365 miðla sé því haldið fram að auglýsingar Morgunblaðsins brjóti gegn ákvæðum 2. mgr. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 og verði bréfið ekki skilið með öðrum hætti en að þess sé krafist að Neytendastofa beiti valdheimildum sínum á grundvelli laganna. Endurteknar rangfærslur og mistök hafi áhrif á réttmæti málatilbúnaðar 365 miðla og leiði til þess að gera verði strangari kröfur til þess að fullyrðingar félagsins verði kannaðar áður en stjórnvaldsákvörðun verði tekin.

365 miðlar túlki texta auglýsingar Morgunblaðsins um dreifingu Fréttablaðsins ranglega. Í auglýsingunni komi fram að Fréttablaðinu sé aðeins dreift inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri. Almenn textaskýring á þessari fullyrðingu feli einungis í sér að Fréttablaðinu sé aðeins dreift inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri. Þannig sé því hafnað af hálfu Morgunblaðsins sem röngu að í þessum texta sé því haldið fram að Fréttablaðinu sé ekki dreift um allt land. Ekki sé minnst á dreifingu blaðsins á landsbyggðinni, heldur takmarkist yfirlýsingin við dreifingu á heimili á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri. Fullyrðingin sé í samræmi við upplýsingar sem uppgefnar séu á heimasíðu Pósthússins, dreifingaraðila Fréttablaðsins. Hvað varði krækjur sem finna megji á heimasíðu Pósthússins telji Morgunblaðið rétt að benda á að þótt krækjur finnist á heimasíðu dreifingaraðilans um að unnt sé að fá Fréttablaðið inn um lúguna, þá feli það ekki í sér að auglýsing Morgunblaðsins sé röng. Ef smellt sé á fyrrnefnda krækju komi upp valmynd þar sem aðilar geti óskað eftir því að fá Fréttablaðið, sem sé fríblað, inn um lúguna gegn greiðslu. Ef nánar sé skoðað komi fram á heimasíðunni að tilboð Fréttablaðsins um áskrift sé háð viðskiptaskilmálum Íslandspóstis um póstsendingar á landsbyggðinni.

Vegna notkunar á orðinu „hluta“ segir í bréfinu að vegna athugasemda 365 miðla sé nauðsynlegt að taka fram að eina ástæða þess að fjallað hafi verið um orðið „hluta“ hafi verið athugasemdir 365 miðla um orðanotkun Morgunblaðsins á orðinu. Því er hafnað að málatilbúnaður sé til þess fallin að dreifa athyglinni eins og fram komi í bréfi 365 miðla, enda feli hann einungis í sér andsvör við villandi og röngum fullyrðingum 365 miðla.

Hvað varði þá staðreynd að Fréttablaðinu sé einungis dreift til hluta heimila á höfuðborgarsvæðinu er vakin athygli á breytingum sem átt hafi sér stað í málatilbúnaði 365 miðla. Í stað þess að halda því fram að Fréttablaðinu sé dreift til 99% höfuðborgarsvæðisins eins og fram hafi komið í fyrsta bréfi félagsins þá sé því nú haldið fram að Fréttablaðinu sé dreift til 92-95% heimila á höfuðborgarsvæðinu.



Morgunblaðið hafnar alfarið þeim málatilbúnaði 365 miðla að auglýsingarnar teljist villandi. Fyrst beri að geta þess að orðið villandi komi ekki fram í 2. mgr. eða 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 sem erindi 365 miðla byggi þó á. Þá beri enn fremur að geta þess að eins og fram hafi komið í fyrra bréfi Morgunblaðsins þá sé fullyrðingin efnislega rétt og í samræmi við upplýsingar sem finna megi á heimasíðu Pósthússins. Fullyrðingin sé enn fremur í samræmi við málatilbúnað 365 miðla eins og hann birtist í andsvörum félagsins. Þrátt fyrir að félagið haldi því nú fram að Fréttablaðinu sé dreift til 92-95% heimila á höfuðborgarsvæðinu þá breyti það ekki þeirri staðreynd að hluti heimila fái blaðið sent til sín en ekki öll. Auk þessa beri að taka fram að hugtakið prósentu merki samkvæmt málvenju einn af hundraði eða hundraðshluta. Þannig feli fullyrðing 365 miðla í sér að dreift sé til 92-95 hundraðshluta heimila á höfuðborgarsvæðinu, þ.e. 92-95 af hundraði. Þannig sé fullyrðing Morgunblaðsins rétt. Það eina sem skilji á milli auglýsinga Morgunblaðsins og núverandi málatilbúnaðar 365 miðla sé að ekki sé tiltekinn hversu mikill þessi hluti sé. Að mati Morgunblaðsins sé félaginu ekki skylt að tiltaka hversu mikill hluti heimila fái Fréttablaðið, heldur nægi að tiltekið sé að hluti heimila móttaki blaðið.

Af hálfu Morgunblaðsins er alfarið hafnað málatilbúnaði 365 miðla um að Morgunblaðið haldi því fram að sín dreifing sé rétt. Óhjákvæmilegt sé að benda á að orðið „rétt“ hafi ekki birst í umræddri auglýsingu eins og haldið sé fram af 365 miðlum. Í auglýsingunni sé einungis bent á að Fréttablaðinu sé dreift inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri en Morgunblaðinu sé dreift á heimili áskrifenda sinna víðs vegar um landið. Í umfjöllun sinni um þennan þátt málsins haldi 365 miðlar því fram að hægt sé að gerast áskrifandi að Fréttablaðinu nákvæmlega eins og Morgunblaðinu. Það sé ekki rétt þar sem áskrift að Morgunblaðinu og „áskrift“ að Fréttablaðinu sé ekki það sama. Í fyrsta lagi beri að geta þess að áskrift að Fréttablaðinu feli í sér að blaðinu sé dreift til þess sem þess óski á kostnaðarverði, en það þýði að lesendum sé sent fríblaðið gegn greiðslu sendingarkostnaðar þess. Slíkt tíðkist ekki hjá Morgunblaðinu. Með áskrift séu áskrifendur að greiða fyrir Morgunblaðið sjálft og dreifingu þess. Í öðru lagi sé dreifing Morgunblaðsins og Fréttablaðsins gjörólík. Þannig sé Morgunblaðinu dreift til 97% áskrifenda af starfsmönnum blaðsins og verktökum þess víðs vegar um landið. Ef aðili hyggist greiða fyrir Fréttablaðið á kostnaðarverði þá sé honum hins vegar sent blaðið með Íslandspósti. Eins og sjá megi á heimasíðu 365 miðla, visir.is, gildi skilmálar Íslandspóst um slíka dreifingu. Þannig verði kaupandi blaðsins að sætta sig við ýmis íþyngjandi ákvæði hvað dreifingu varði, einkum langan afhendingartíma á landsbyggðinni.

Af því tilefni telji Morgunblaðið nauðsynlegt að tiltaka fjögur dæmi um viðskiptaskilmála sem gildi um dreifingu Fréttablaðsins á landsbyggðinni. Í fyrsta lagi sé í grein 1.1.4 í skilmálum Íslandspóst, sem beri heitið „Þjónustu- og gæðastaðlar“, kveðið á um að almennur bréfaþóstur innanlands sé borinn út einum, tveimur eða þremur virkum dögum eftir póstlagningu ef póstlagt sé fyrir síðasta skilgreinda tíma. Sé bréf póstlagt á pósthúsi, í póstkösum á höfuðborgarsvæðinu eða hjá fyrirtækjapjónustu Póstsins miðað við póstlagningartíma kl. 16:30. Í öðru lagi segi í grein



1.1.5 í skilmálum Íslandspósts, sem beri heitið „*Afhending*“, að að jafnaði séu almenn bréf borin út til viðtakenda á tímabilinu 9:00 til 16:15 frá mánudegi til föstudags. Undantekningar frá þeirri reglu séu einstaka staðir í dreifbýli þar sem borið sé út þrjá daga vikunnar. Í þriðja lagi segi í viðauka A að eftirfarandi staðir þurfi að jafnaði einn virkan dag til viðbótar í flutningi þar sem þeir staðir hafi ekki fimm daga þjónustu: Flatey, Snæfellsbær (dreifbýli), Ísafjörður (dreifbýli), Patreksfjörður (dreifbýli), Þingeyri (dreifbýli), Kjörvogur, Bær, Norðurfjörður, Sauðárkrókur (dreifbýli), Kópasker (dreifbýli), o.m.fl. Í fjórða lagi segi einnig í viðauka A að eftirfarandi staðir hafi ekki fimm daga útbuðarþjónustu, heldur sé pósti dreift þar einungis tvo til þrjá daga í viku: Borgarnes, Ísafjörður, Flateyri, Suðureyri, Tálknafjörður, Bíldudalur, Þingeyri, Sauðárkrókur, Mývatn, Egilsstaðir, Seyðisfjörður og Höfn í Hornafirði.

Engin þessara ákvæða gildi um dreifingu Morgunblaðsins. Af framansögðu leiði því að ekki sé unnt að bera saman stöðu áskrifenda Morgunblaðsins við þá aðila sem vilji fá Fréttablaðið sent til sín gegn greiðslu.

Í bréfinu segir að í andsvörum 365 miðla hafi verið gerðar athugasemdir við aðferðafræði samanburðar í auglýsingum Morgunblaðsins. Því hafi verið haldið fram að með 90% tölunni, sem sé útkoman þegar tölur um uppsafnaðan vikulestur á Morgunblaðinu og heimsóknir á mbl.is sé lagður saman og kynntur, sé ætlunin að bæði Morgunblaðið og mbl.is komi betur út í samanburði við aðra miðla, einkum Fréttablaðið. Eins og áður hafi komið fram í málflutningi Morgunblaðsins sé enginn samanburður gerður á milli Morgunblaðsins og vefsíðunnar mbl.is og annarra miðla í eigu 365 miðla. Þrátt fyrir þá staðreynd sé því haldið fram að samanburður sé gerður. Þetta sé efnislega rangt.

Hvað varði tilvísun 365 miðla til eldri ákvörðunar Neytendastofu beri að taka það fram að enginn ákvörðun í ágreiningsmáli milli 365 miðla og RÚV hafi birst á heimasíðu Neytendastofu fyrr en birt var ákvörðun nr. 18/2010, hinn 31. mars 2010, þ.e. þremur mánuðum eftir að kvörtun 365 miðla var samin. Morgunblaðinu sé hins vegar kunnugt um að Neytendastofa hafi með bréfi, dags. 5. desember 2008, komist að niðurstöðu í kvörtunarmáli 365 miðla á hendur RÚV. Í því máli hafi 365 miðlar kvartað yfir því að í auglýsingu RÚV væri borin saman notkun á ólíkum fjölmiðlum, nánar tiltekið Sjónvarpinu, Fréttablaðinu, Stöð 2, 24 Stundum og Rás 2. Í niðurstöðum Neytendastofu hafi komið fram að þetta bryti ekki gegn lögum nr. 57/2005 þar sem auglýsingunni væri beint til auglýsenda sérstaklega og bæri saman miðla notaða fyrst og fremst að auglýsendum. Í ákvörðuninni hafi aftur á móti verið gerðar athugasemdir við að þar sem notkun þessara fjölmiðla væri mæld með mismunandi hætti þá væru niðurstöður mælinganna ekki tækar til samanburðar og því brot gegn ákvæðum 14. og 15. gr. laga nr. 57/2005. Morgunblaðið vilji í því sambandi taka fram að framkvæmd dagblaða- og netmiðlakönnunar Capacent Gallup á lestri dagblaða og heimsóknnum á vefsvæði sé hin sama hvað þessa tvo miðla varði. Könnunin, sem beri heitið „*dagblaða- og netmiðlamæling*“, sé símakönnun og



Þátttakendur í könnuninni séu spurðir um lestur/notkun sína á þessum miðlum. Þannig sé mismunurinn á lestri og heimsóknnum ekki til staðar í framkvæmd símakannanna og því eigi sá málalíbúnaður 365 miðla sér ekki stöð í gögnum málsins. Um framkvæmd könnunarinnar vísar Morgunblaðið á nánari umfjöllun á vefsíðu Capacent Gallup.

Morgunblaðið telji sérstaka ástæðu til að taka fram, vegna fullyrðingar í auglýsingunni um að yfir 90% Íslendinga lesi prent- og netútgáfu Morgunblaðsins, að hið háa hlutfall eigi við um prent- og netútgáfu Morgunblaðsins. Þessi framkvæmd, að taka fram að tiltekið hlutfall taki til lesturs tveggja miðla, sé í samræmi við ákvarðanir Neytendastofu á þessu sviði. Í því sambandi er vísað til ákvörðunar Neytendastofu nr. 18/2010. Í því máli hafi RÚV kvartað yfir því að 365 miðlar legðu saman mælda hlustun á útvarpsstöðvum Bylgjunnar, Létt Bylgjunnar og Gull Bylgjunnar og auglýstu þá samtölu sem útvarpshlustun Bylgjunnar eingöngu. Með því að leggja saman útvarpshlustun þriggja útvarpsstöðva og kynna það sem útvarpshlustun á einungis eina þeirra, án þess að taka það sérstaklega fram, voru 365 miðlar taldir hafa brotið gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Í niðurstöðum ákvörðunarinnar segi ennfremur að það sé mat Neytendastofu að gera verði kröfu til þess að í auglýsingunni komi skýrt fram hvað felist í hlutdeild milli útvarpsstöðvanna þriggja. Þó stofnunin geri í málinu ekki athugasemd við þá framkvæmd að auglýsa samtölu hlustunar á Bylgjuna, Létt Bylgjuna og Gull Bylgjuna verði að greina frá því í auglýsingunni.

Í auglýsingum Morgunblaðsins sé tekið fram með skýrum hætti að yfir 90% Íslendinga lesi prent- og netútgáfu Morgunblaðsins, báða eða aðra hvora, daglega. Það sé því ljóst af texta auglýsingarinnar að um samtölu sé að ræða. Með vísan til þessa sé málalíbúnaði 365 miðla hafnað.

Þá segir í bréfinu að Morgunblaðið hafni fullyrðingum 365 miðla um að dreifingartölur séu einu upplýsingarnar sem auglýsendur í Bandaríkjunum hafi til að meta gildi blaða sem auglýsingamiðils. Þessar fullyrðingar séu ekki studdar neinum gögnum og því ekki unnt að taka efnislega afstöðu til réttmætis þeirra.

Að mati Morgunblaðsins hafi það ekki þýðingu, þegar efnisatriði 2. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 séu skoðuð, hvernig kaupum á auglýsingum í Morgunblaðinu og á mbl.is sé háttað. Samkvæmt 2. mgr. 6. gr. skuli auglýsingar og viðskiptaaðferðir ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað sé til óviðkomandi mála. Þá segi í 4. mgr. 6. gr. að fullyrðingar sem fram komi í auglýsingum eða með öðrum hætti þurfi fyrirtæki að geta fært sönnur á. Að mati Morgunblaðsins hafi tilhögun auglýsingasölu ekki þýðingu í þessu sambandi. Ekki komi á óvart að auglýsingasala sé með mismunandi hætti eftir því hvort auglýst sé í Morgunblaðinu eða á mbl.is, enda sé fréttafni sem birtist í Morgunblaðinu og á mbl.is dreift með mismunandi hætti. Önnur dreifileiðin sé



prentmiðill en hin vefmiðill. Eins og áður hafi komið fram styðjist Morgunblaðið við fleiri en eina dreifileið. Því sé eðlilegt að auglýsingasölu sá háttað með ólíkum hætti þannig að hún henti hvorri dreifileið fyrir sig. Það hafi hins vegar ekki þýðingu hvað 2. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 varði.

Ennfremur vilji Morgunblaðið taka afstöðu til gagnrýni 365 miðla varðandi það hvort það skipti máli að sömu aðilar beri ritstjórnarlega ábyrgð á Morgunblaðinu og mbl.is. Í fyrra bréfi Morgunblaðsins hafi komið fram sjónarmið um að Morgunblaðið væri eigandi fjölmiðils sem nýtti sér tvær dreifileiðir. Því til stuðnings hafi verið vísað til þess að sömu ritstjórar væru yfir báðum þessum dreifileiðum. 365 miðlar hafi gagnrýnt þau sjónarmið og í því sambandi vísað til þess að ritstjóri visir.is sé einnig ritstjóri fréttastofu Stöðvar 2. Morgunblaðið telur þennan málatilbúnað gagnrýniverðan í ljósi þess að umræddur ritstjóri gegnir einungis tímabundið stöðu ritstjóra fréttastofu Stöðvar 2. Í frétt á visir.is frá 11. maí 2010 hafi komið fram að viðkomandi hefði einungis verið ráðinn tímabundið eftir að fyrirrennari hans lét af störfum.

Vegna kvörtunar yfir samanburði á lestíma Morgunblaðsins og Fréttablaðsins segir í bréfi Morgunblaðsins að mótmæla þurfi málatilbúnaði 365 miðla um hlutverk Capacent Gallup og hvaða áhrif stjórnsýslumál þetta kunni að hafa á starfsemi Capacent Gallup. Í því sambandi beri að taka fram að hluti kvörtunar 365 miðla varði framkvæmd kannana Capacent Gallup, en eðli málsins samkvæmt teljist því stjórnvaldsákvörðun Neytendastofu varða það félag og starfsemi þess. Í 13. gr. stjórnsýslulaga sé lýst þeirri meginreglu að stjórnvaldi beri, þegar það taki stjórnvaldsákvörðun, að tryggja að aðilar fái notið andmælaréttar með því að koma sjónarmiðum sínum á framfæri. Hér sé um grundvallarreglu stjórnsýsluréttarins að ræða sem sé forsenda þess að stjórnvald geti fylgt öðrum meginreglum stjórnsýslulaga, s.s. rannsóknarreglu, meðalhófsreglu, jafnræðisreglu og lögmætisreglu.

Morgunblaðið taki hins vegar undir það að þær kannanir sem framkvæmdar séu af Capacent Gallup byggji á samstarfi aðila á fjölmiðlamarkaði. Þetta samstarf breyti því ekki að mál þetta varði starfsemi Capacent Gallup og að það félag eigi rétt á að gera grein fyrir sjónarmiðum sínum. Með vísan til þess sé þess alfarið hafnað að um misskilning sé að ræða af hálfu Morgunblaðsins.

Þá telji Morgunblaðið það enga þýðingu hafa í málinu að óskað hafi verið eftir því á fundi tækninefndar samstarfshóps um blaðakannanir að Sunnudagsblað Morgunblaðsins yrði mælt sem aukablað. Eins og fram hafi komi í fyrra bréfi Morgunblaðsins hafi Morgunblaðið áskilið sér rétt til að breyta mælingum á Morgunblaðinu í samvinnu við Capacent Gallup. Það hafi verið gert en því sé mótmælt að það sé túlkað sem svo að Morgunblaðið hafi fallist á málatilbúnað 365 miðla.



Morgunblaðið telji aftur á móti nauðsynlegt að benda á að fjölmiðlakannanir Capacent Gallup byggi á samstarfi fjölmiðla og auglýsenda á markaði. Af því leiði að sú könnun sem fullyrðingar í auglýsingum Morgunblaðsins byggi á hafi verið gerðar á grundvelli þess samstarfs sem Morgunblaðið og 365 miðlar hafi tekið þátt í. Því sé ljóst að 365 miðlar hafi geta mótmælt framkvæmd kannananna á vettvangi samstarfshópsins. Það hafi ekki verið gert og með því athafnaleysi hafi 365 miðlar samþykkt framkvæmd kannananna og þeirra upplýsinga sem þær mæla. Að mati Morgunblaðsins sé því komin fram enn ein ástæða þess að 365 miðlar hafi ekki verið mótfallnir því að auglýsingarnar hafi birst.

Ítrekuð eru fyrri sjónarmið og rök Morgunblaðsins vegna notkunar á hugtökunum „sjá“, „lesa“, „styttri“ og „mun lengri“. Auk þess telji Morgunblaðið rétt að mótmæla málatalibúnaði 365 miðla þar sem fram komi að auglýsingin sé nokkuð skýr um það að Fréttablaðið sé séð en Morgunblaðið lesið. Eins og fram hafi komið í fyrra bréfi Morgunblaðsins segi í auglýsingunni:

„Það er ekki það sama að sjá og lesa – Fólk ver stuttum tíma í að lesa Fréttablaðið, en mun lengri tíma í að lesa Morgunblaðið.“

Hér komi skýrt fram að fólk verji stuttum tíma í að lesa Fréttablaðið, en mun lengri tíma í að lesa Morgunblaðið. Þannig sé fullyrt í auglýsingunni að bæði blöðin séu lesin. Með vísan til þessa sé málatalibúnaði 365 miðla alfarið mótmælt.

365 miðlar geri athugasemd við að stuðst sé við orðabók Menningarsjóðs hvað varði skilgreiningu á orðunum. Morgunblaðið vísar þeim órökstuddu athugasemdum á bug. Löng hefð sé fyrir því í réttarframkvæmd við lögskýringu einstakra orða og orðasambanda að styðjast við merkingu samkvæmt orðabók, sérstaklega ef ágreiningur er um efni og inntak einstakra orða.

Þá telji Morgunblaðið nauðsynlegt að mótmæla sérstaklega fullyrðingum 365 miðla á hraðabreytingum auglýsinganna og að þær séu í ósamræmi við mælingu lestíma. Í auglýsingunni komi ekki fram hvaða dagblaðatexti sé notaður í henni og því ómögulegt fyrir áhorfandann að sjá hvaða hluti textans farið hratt yfir og hvaða hluti textans farið hægt yfir. Að mati Morgunblaðsins sé um að ræða huglæga oftúlkun 365 miðla á myndskeiði auglýsingarinnar, sem sé í andstöðu við þau hughrif sem auglýsingin skapi.

Fullyrðingum 365 miðla um birtingu á niðurstöðu fjölmiðlakönnunar Capacent Gallup sem sýni að Fréttablaðið sé lesið í 102 mínútur en Morgunblaðið í 157 mínútur sé hafnað. Að mati Morgunblaðsins sé munurinn á milli lestíma svo mikill að unnt sé að fullyrða að lesendur Morgunblaðsins verji mun lengri tíma í lestur blaðsins.



Í bréfinu er því mótmælt harðlega að 365 miðlar hafi haft samband við Capacent Gallup, breytt vogtölum og óskað eftir því að fyrirtækið reiknaði út lestíma miðað við þær vogtölur. Að mati Morgunblaðsins feli það í sér að 365 miðlar hafi framleitt sérstaklega gögn til framlagningar í málinu og lagt þau undir framkvæmdaaðila fjölmiðlakannana til staðfestingar til þess eins að það gagnist málatilbúnaði félagsins. Þetta dragi verulega úr trúverðugleika málatilbúnaðar 365 miðla og gildi þessara ganga enda séu þau búin til sérstaklega vegna þessa ágreiningsmáls og í þeim tilgangi að búa til niðurstöðu sem henti 365 miðlum. Ef fallist yrði á málatilbúnað 365 miðla, í stað þess að kannanir Capacent Gallup væru notaðar á hlutlægan hátt, þá myndi það þýða að Morgunblaðið gæti hafið málarekstur á hendur 365 miðlum og krafist þess að auglýsingar félagsins tækju ekki einungis tillit til lesenda á höfuðborgarsvæðinu á aldrinum 18-49 ára, heldur til íbúa á landinu öllu á aldrinum 12-80 ára. Þannig séu auglýsingar 365 miðla byggðar upp, enda hannaðar til að sýna hæsta mögulega lesendafjölda, þ.e. ungt fólk á höfuðborgarsvæðinu, með því að sleppa mjög ungum og öldruðum einstaklingum og landsbyggðinni allri. Ef þessir hópar yrðu teknir með í auglýsingum Fréttablaðsins þá gæti Fréttablaðið ekki haldið því fram að 92-95% þjóðarinnar læsi blaðið.

Morgunblaðið gerir athugasemdir við greinargerð sem fylgi bréfi 365 miðla þar sem tekin voru saman sjónarmið 365 miðla um framkvæmd erlendra fjölmiðlakannana. Gerðar eru nokkrar athugasemdir við það sem þar kemur fram auk þess sem gerðar eru athugasemdir við að af hálfu 365 miðla hafi ekki verið lögð fram ný gögn heldur hafi 365 miðlar einungis gagnrýnt þau gögn sem Morgunblaðið hafi lagt fram. Sá málatilbúnaður sé ófullnægjandi og ekki nægjanlegur til að hrekja þá afstöðu að erlendis tíðkist það að birta saman lestur dagblaða og heimsóknir á vefsvæði dagblaða.

Þá segir í bréfinu að Morgunblaðið telji óhjákvæmilegt að benda á að ekki sé tekin afstaða af hálfu 365 miðla til þeirrar staðreyndar að félagið hafi útvarpað þeim auglýsingum sem mál þetta varði. Morgunblaðið telji það hafa mikla þýðingu í málinu þar sem það sýni að 365 miðlar hafi metið það áður en erindið var sent Neytendastofu að umræddar auglýsingar brytu ekki gegn hagsmunum félagsins.

5.

Bréf Morgunblaðsins var sent 365 miðlum til upplýsinga með bréfi Neytendastofu, dags. 10. september 2010. Samhliða bréfinu var aðilum tilkynnt að gagnaöflun þess væri lokið. Með bréfinu fylgdi listi yfir gögn málsins

6.

Með bréfum Neytendastofu, dags. 6. desember 2010, var aðilum málsins tilkynnt að fyrirséðar væru frekari tafir á meðferð málsins en vonast væri til þess að því yrði lokið innan fjögurra mánaða.



III. Niðurstaða

1.

Í máli þessu kvarta 365 miðlar ehf. yfir auglýsingum Morgunblaðsins, sem rekið er af Árvakri, sem birst hafa í ljósvaka- og prentmiðlum. Að mati kvartanda eru auglýsingarnar villandi og ósanngjarnar og brjóta í bága við ákvæði 2. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Kvörtunarefnið er í megindráttum þríþætt. Í fyrsta lagi er kvartað yfir upplýsingum um áskrifendur og dreifingu, í öðru lagi er kvartað yfir því að lagður sé saman lestur Morgunblaðsins og mbl.is og í þriðja lagi er kvartað yfir samanburði á lestíma Morgunblaðsins og Fréttablaðsins.

Af hálfu Morgunblaðsins er því hafnað að auglýsingarnar séu villandi eða ósanngjarnar, eða að þær brjóti gegn ákvæðum laga nr. 57/2005. Við meðferð málsins gerði Morgunblaðið athugasemdir við máltilbúnað 365 miðla þar sem m.a. væri ranglega tekið upp úr auglýsingum Morgunblaðsins auk þess sem gerðar voru athugasemdir við stjórnsýslulega meðferð málsins hjá Neytendastofu.

2.

Í erindi 365 miðla var vísað til ákvæða 2. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Í bréfi Neytendastofu til Morgunblaðsins kom fram að stofnunin teldi ákvæði 5. gr. og 14. gr. sömu laga einnig geta komið til álita í málinu.

Í lögum nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Lögin fela fyrst og fremst í sér vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda en einnig vernd fyrirtækja gegn óréttmætum viðskiptaháttum keppinauta vegna auglýsinga eða annarra svipaðra viðskiptaaðferða. Í 5. gr. er lagt almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fer fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Í 2. mgr. 6. gr. segir:

„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 greinargerð með ákvæðinu þegar það kom fyrst fram í lögum segir að upplýsingar sem fram komi í auglýsingum eða öðrum viðskiptaaðferðum geti talist brot á ákvæðinu enda þótt þær séu efnislega réttar og sannar.

Þá segir í 4. mgr. 6. gr.:

„Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum eða með öðrum hætti þarf fyrirtæki að geta fært sönnur á.“

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.“

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

3.

Áður en fjallað verður efnislega um kvörtun 365 miðla skal vikið að kvörtun Morgunblaðsins yfir stjórnarsýslulegri meðferð málsins hjá Neytendastofu.

Í bréfi Morgunblaðsins, dags. 26. febrúar 2010, voru gerðar athugasemdir við það að í bréfi Neytendastofu væri til þess vísað að ákvæði 5. og 14. gr. laga nr. 57/2005 kæmu til álita í málinu. Með tilvísuninni taldi Morgunblaðið að Neytendastofa hefði útvíkkað kvörtunarefnið svo það ætti ekki einungis við um ákvæði 2. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 heldur einnig öll ákvæði III., IV. og V. kafla laganna, sbr. 5. gr. þeirra. Það sé ekki í samræmi við lögmætisreglu og rannsóknarreglu stjórnarsýsluréttarins að Neytendastofa meti það án þess að Morgunblaðinu sé gefinn kostur á að svara erindinu, hvort og hvaða lagaákvæði auglýsingarnar kunni að falla undir. Framkvæmdin brjóti því í bága við góða stjórnarsýsluhætti.

Af hálfu Neytendastofu er ítrekað svar stofnunarinnar við athugasemdunum Árvakurs, í bréfi dags. 5. mars 2010. Því er alfarið hafnað að stofnunin hafi brotið gegn lögmætisreglu enda er henni falið eftirlit með lögum nr. 57/2005, skv. 4. gr. þeirra og 2. gr. laga nr. 62/2005, um Neytendastofu og talsmann neytenda. Í eftirlitinu felst m.a. að stofnunin meti þau erindi sem



henni berast og hvort, að mati Neytendastofu, vísað hafi verið til allra viðeigandi ákvæða laga nr. 57/2005.

Í þeim tilgangi að sinna rannsóknarskyldu sinni yfirfer stofnunin eins og áður segir innkomin erindi og tilvísanir til ákvæða laga nr. 57/2005. Telji stofnunin hinar umkvörtuðu auglýsingar geta átt við fleiri ákvæði en vísað er til í erindi eða umfjöllun í erindi verði heimfærð undir fleiri ákvæði laganna er gerð grein fyrir því af hálfu stofnunarinnar. Eins og glögggt má sjá af orðalagi bréfs stofnunarinnar taldi Neytendastofa ákvæði 5. og 14. gr. laga nr. 57/2005 geta komið til álita. Í því felst ekki ákvörðun um að auglýsingarnar hafi brotið gegn þeim ákvæðum. Auglýsanda er þvert á móti gefinn kostur á að nýta andmælarétt sinn eins og best verður á kosið og svara erindinu út frá öllum lagaákvæðum sem til álita koma við töku ákvörðunar, þegar gagnaöflun hefur verið lokið. Það er í fullu samræmi við lögákveðna leiðbeiningarskyldu stjórnvalda.

Neytendastofa hafnar því að með vísan til þess að ákvæði 5. gr. laga nr. 57/2005 geti komið til álita hafi stofnunin heimfært erindið undir öll ákvæði III., IV. og V. kafla laganna. Eins og fram kom í bréfi stofnunarinnar felur brot gegn 5. gr. ekki í sér brot gegn öllum ákvæðum áður nefndra kafla en brot gegn einhverju ákvæða í III., IV. eða V. kafla telst hins vegar brot gegn 5. gr. Þar sem stofnunin vísaði einnig til ákvæðis 14. gr., sem er í V. kafla, getur ákvæði 5. gr. einnig komið til álita.

4.

Verður þá vikið að efnislegri hlið málsins. Morgunblaðið hefur bent á að félagið telji það hafa grundvallar þýðingu í málinu að 365 miðlar birtu hinar umkvörtuðu auglýsingar á miðlum sínum eftir dagsetningu erindisins og þar með eftir að félagið tók afstöðu til efnis þeirra. Að mati Neytendastofu hefur Morgunblaðið ekki fært nægileg rök fyrir þessari athugasemd og mun hún því ekki hafa áhrif á niðurstöðu málsins.

Erindi 365 miðlar er í megindráttum í þremur liðum. Verður farið yfir hvern og einn kvörtunarlið, í sömu röð og þeir komu fram í erindi 365 miðla.

4.1.

Kvartað er yfir því að í ljósvakaauglýsingu segi að Fréttablaðinu sé aðeins dreift inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu sem sé ekki rétt þar sem blaðinu sé dreift inn á heimili á öllu landinu en greiða þurfi fyrir þá dreifingu. Í prentauglýsingu Morgunblaðsins segi að Fréttablaðinu sé aðeins dreift til hluta höfuðborgarsvæðisins. Að mati 365 miðla sé orðalagið villandi þar sem blaðinu sé dreift til meira en 99% höfuðborgarsvæðisins. Í ljósvakaauglýsingu segi að dreifing Morgunblaðsins sé rétt og með því fullyrt að ein tegund áskriftar sé réttari en önnur. Þá telji 365 miðlar að villt sé um fyrir neytendum með því að gefa í skyn að eingöngu sé um fríáskrift að



ræða hjá Fréttablaðinu og að ekki sé hægt að panta áskrift gegn greiðslu, sem sé hægt. Þá er kvartað yfir því að í ljósvakaauglýsingunni segi að dreifing Morgunblaðsins sé „rétt“.

Morgunblaðið bendir á að í auglýsingu sem snúi að dreifingu segi að Fréttablaðinu sé aðeins dreift inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri. Morgunblaðinu sé dreift inn á heimili allra áskrifenda víðs vegar um landið. Þá bendir Morgunblaðið á að fram komi á heimasíðu Fréttablaðsins, visir.is, að blaðinu sé dreift í lúgur í flestum hverfum höfuðborgarsvæðisins sem og á Akureyri, en á öðrum stærri stöðum tryggi Fréttablaðið sem víðtækasta dreifingu með staðsetningu Fréttablaðakassa víðsvegar um hverfi. Að teknu tilliti til þessa sé fullyrðing um að Fréttablaðinu sé aðeins dreift inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri rétt. Þá bendir Morgunblaðið á varðandi notkun orðsins „hluta“ að Fréttablaðinu sé ekki dreift í Mosfellsbæ og Mosfellsdal sem skilgreind séu sem hluti höfuðborgarsvæðisins og telji 4,15% heildaríbúafjölda höfuðborgarsvæðisins, auk þess sem blaðinu sé ekki dreift á hvert heimili á Álftanesi og Kjalarnesi. Samkvæmt því sé blaðinu dreift inn á hluta heimila á höfuðborgarsvæðinu.

Þá sé hvergi tiltekið að ein tegund áskriftar sé réttari en önnur. Einungis sé fullyrt að það sé ekki það sama að dreifa út um allt og að dreifa á réttan stað. Ekki sé minnst á áskrift heldur dreifingu. Bent er á að Fréttablaðinu sé dreift inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri, en Morgunblaðinu sé dreift á heimili áskrifenda víðs vegar um landið. Þá hafnar Morgunblaðið því að ýjað sé að því að eingöngu sé um fríáskrift að Fréttablaðinu að ræða. Um sé að ræða huglæga túlkun 365 miðla sem gangi gegn almennri textaskýringu og orðum auglýsingarinnar.

Umrædd ljósvakauglýsing Morgunblaðsins sem snýr m.a. að dreifingu Fréttablaðsins og Morgunblaðsins hljóðar svo:

„Það er ekki það sama að dreifa út um allt og að dreifa á réttan stað. Fréttablaðinu er aðeins dreift inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri. Morgunblaðinu er dreift inn á heimili allra áskrifenda sinna víðs vegar um landið. Morgunblaðið – meira fyrir lesendur.“

Prentauglýsing Morgunblaðsins sem snýr að dreifingu Fréttablaðsins og Morgunblaðsins hljóðar svo:

„Það að dreifa er ekki sama og að dreifa inn á heimili – Þessi einföldu sannindi koma vel í ljós þegar borin er saman dreifing Fréttablaðsins og Morgunblaðsins. Fyrirnefnda blaðinu er aðeins dreift inn á heimili á hluta höfuðborgarsvæðisins og á Akureyri. Morgunblaðið er borið heim til allra áskrifenda hvar sem þeir búa á landinu.“

Dreifing Fréttablaðsins og Morgunblaðsins er ólík að mörgu leyti. Fréttablaðinu er dreift af Pósthúsinu á kostnað Fréttablaðsins, inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu, með vissum



undantekningum, svo sem Mosfellsbæ, Kjalanesi og Álftanesi. Þá er blaðinu dreift inn á heimili á Akureyri. Í öðrum stærri byggðarlögum er komið fyrir svo kölluðum Fréttablaðskössum þar sem nálgast má blaðið. Auk þess er unnt að fá Fréttablaðið keypt í lausasölu á völdum stöðum víðsvegar um landið. Engin áskrift er að Fréttablaðinu en hægt er að fá það sent á heimili með þjónustu frá Pósthúsinu gegn gjaldi. Morgunblaðinu er dreift inn á heimili allra áskrifenda blaðsins víðs vegar um landið. Umsjón með dreifingu hefur Landsprent ehf. sem er dótturfélag Árvakurs hf. útgáfufélags Morgunblaðsins. Þá er hægt að fá blaðið keypt í lausasölu á völdum stöðum víðsvegar um landið.

Að mati Neytendastofu verður ekki annað ráðið af gögnum málsins en að fullyrðing Morgunblaðsins í ljósvakaauglýsingum um að Fréttablaðinu sé aðeins dreift inn á heimili á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri sé á rökum reist. Stofnunin getur ekki fallist á að blaðinu sé dreift um allt land þó svo að hægt sé að fá blaðið sent með þjónustu frá Pósthúsinu sérstaklega. Dreifingin á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri, er með þeim hætti að blaðinu er dreift í hús og póstkassa án þess þó að þess sé óskað sérstaklega og án þess að samnings samband sé á milli Fréttablaðsins og móttakanda. Annað form á dreifingu blaðsins, svo sem dreifing í Fréttablaðskassa og með samningi við Pósthúsið, er ekki hinn almenni háttur dreifingar blaðsins.

Af hálfu 365 miðla hefur verið kvartað yfir því að auglýsingarnar vegi að viðskiptamódeli Fréttablaðsins. Með vísan til ofangreinds fær Neytendastofa ekki séð að auglýsingar Morgunblaðsins vegi að viðskiptamódeli Fréttablaðsins og dreifingu þess.

Af gögnum málsins sér Morgunblaðið ástæðu til að vekja athygli á því að fullyrðing Fréttablaðsins um að blaðinu sé dreift inn á 99% heimila á höfuðborgarsvæðinu sé röng og vísar til þess að blaðinu sé ekki dreift í Mosfellsbæ, Mosfellsdal, Álftanesi og Kjalarnesi, sem geri dreifinguna mun minni en til 99% heimila á höfuðborgarsvæðinu. Þessi rök féllust 365 miðlar á. Með vísan til þessa sér Neytendastofa ástæðu til að gera athugasemd við orðalagið í prentauglýsingunni um að Fréttablaðinu sé aðeins dreift inn á heimili á hluta höfuðborgarsvæðisins. Með því að nota bæði orðin „*aðeins*“ og „*hluta*“ í setningunni, er gefið í skyn að dreifingin sé mjög takmörkuð og mun minni en hún raunverulega er. Dreifing til allt að 90% heimila á höfuðborgarsvæðinu er að mati Neytendastofu ekki aðeins hluti heimila höfuðborgarsvæðisins. Stenst fullyrðingin því ekki. Að mati Neytendastofu er fullyrðingin ósanngjörn gagnvart keppinauti og veitir ófullnægjandi upplýsingar og er því til þess fallin að vera brot á 5. gr., 2. mgr. 6. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Í auglýsingum Morgunblaðsins segir hvergi að dreifing Morgunblaðsins sé „*rétt*“. Mun því Neytendastofa ekki fjalla frekar um þann þátt kvörtunarinnar.



4.2.

Þá er kvartað yfir því að lagður er saman lestur Morgunblaðsins og lestur heimasíðunnar mbl.is. Vísað er til þess að Neytendastofa hafi gert athugasemdir við það að samanburður með slíkum tölum sé ekki samanburðarhæfur þegar RÚV birti samanburð við Fréttablaðið. Er þess krafist að lestrartölur Morgunblaðsins og heimsóknartölur á mbl.is verði aðgreindar þar sem það rugli markaðinn að leggja þetta saman því lestur sé ekki það sama og heimsókn á vef.

Morgunblaðið bendir á að enginn samanburður sé gerður á milli fjölmiðla, heldur einungis fullyrt að um 90% Íslendinga lesi prent- og netútgáfu Morgunblaðsins. Þá sé fullyrðingin rétt að teknu tilliti til núverandi rekstrarfyrirkomulags Morgunblaðsins. Morgunblaðið hafi, líkt og flest dagblöð, einnig netútgáfu. Ein og sama ritstjórn sjái um bæði prent- og netútgáfu blaðsins. Því sé um sama miðil að ræða sem noti fleiri en eina dreifileið. Miðillinn framleiði fréttæfni sitt í samræmi við eiginleika hvorrar dreifileiðar fyrir sig.

Texti prentauglýsingar Morgunblaðsins hljóðar svo:

„Yfir 90% Íslendinga lesa prent- og netútgáfu Morgunblaðsins, báðar eða aðra hvora, daglega – Ef þú átt erindi við þjóðina þarftu ekki að leita lengra. Daglega nærðu til 74% landsmanna og í viku hverri til 90% allra aldursflokka nema þess elsta, „aðeins“ næst í 85% þeirra sem eru á aldrinum 68 til 80 ára!“

Texti sjónvarpsauglýsingar Morgunblaðsins hljóðar svo:

„Þarftu að tala við fólkið í landinu? Vikulega lesa yfir 90% Íslendinga Morgunblaðið og mbl.is.“

Í gögnum málsins hefur 365 miðlar vísað til fyrri ákvörðunar Neytendastofu um að samanburður á lestri, áhorfi og hlustun á Fréttablaðinu, visir.is, Stöð 2 og Bylgjunni væri brot gegn ákvæðum laga nr. 57/2005. Sú ákvörðun sem vísað er til var tekin með bréfi stofnunarinnar, dags. 5. desember 2008. Í því máli birti RÚV samanburð á notkun mismunandi fjölmiðla. Í niðurlagi bréfsins sagði:

„Að mati Neytendastofu felur það ekki í sér brot á ákvæðum [laga nr. 57/2005] að bera saman daglega notkun dagblaða, sjónvarps og útvarps enda er auglýsingunni fyrst og fremst beint að auglýsendum og eru þar bornir saman þeir miðlar sem auglýsendur nýta sér fyrst og fremst. Í auglýsingu Rúv. er hins vegar notast við niðurstöður kannanna sem ekki eru framkvæmdar á sama tímabili og ekki byggðar á sömu aðferðafræði. Könnun um notkun prentmiðla er framkvæmd í síma en könnun á notkun ljósvakamiðla er rafræn og byggir á raunmælingum. Að mati Neytendastofu eru niðurstöður mismunandi kannana sem framkvæmdar eru með mismunandi hætti ekki hæfar til samanburðar líkt og gert er í auglýsingu Rúv.“



Í þessu máli er lagður saman lestur á Morgunblaðinu og mbl.is sem kannaður var með símakönnun.

Í ákvörðun Neytendastofu nr. 18/2010 kemur fram í ákvörðunarorðum að óheimilt sé að auglýsa sameiginlegt hlutfall útvarpshlustunar skyldra útvarpsstöðva ef ekki er greint frá því með skýrum hætti að um sameiginlegt hlutfall útvarpsstöðvanna sé að ræða. Að mati Neytendastofu gilda sömu rök þegar auglýst er sameiginlegt hlutfall prent- og netútgáfu fjölmiðils, þ.e. koma verður skýrt fram að um sé að ræða sameiginlegt hlutfall lesturs prentmiðilsins og netmiðilsins. Að mati Neytendastofu kemur það skýrt fram í prentauglýsingu Morgunblaðsins.

Með vísan til framangreinds er það mat Neytendastofu að texti auglýsingarinnar sé ekki brot á ákvæðum laga nr. 57/2005. Neytendastofa fær ekki séð að nægileg rök hafi verið færð fyrir því af hálfu 365 miðla að verð á auglýsingu í Morgunblaðinu, annars vegar til birtingar í prentútgáfu og hins vegar til birtingar í vefútgáfu hafi áhrif á þá niðurstöðu.

4.3.

Þessi liður kvörtunar 365 miðlar er í nokkrum þáttum. Að fyrstu er kvartað yfir samanburði á lestíma Morgunblaðsins og Fréttablaðsins í tveim auglýsingum Morgunblaðsins, annars vegar prentaðri auglýsingu og hinsvegar auglýsingu í sjónvarpi. Í auglýsingunum sé Sunnudagsblað Morgunblaðsins talið með í svokölluðum vikulestri. Fréttablaðið gefur út sex blöð á viku en með Sunnudagsblaðinu séu blöð Morgunblaðsins sjö. Það sé villandi að telja saman mismunandi fjölda blaða auk þess sem það sé villandi að Sunnudagsblaðið sem komi út einu sinni í viku og sé í raun aukablað sem talið sé með.

Athugasemdum 365 miðla um að Sunnudagsblað Morgunblaðsins sé talið með í vikulestri vegna þess að það komi einungis út einu sinni í viku er hafnað af hálfu Morgunblaðsins. Sunnudagsblað Morgunblaðsins sé reglulegur hluti af útgáfu blaðsins rétt eins og mánudags- og fimmtudagsblað. Í raun komi öll tölublöð Morgunblaðsins, rétt eins og tölublöð Fréttablaðsins, einungis út einu sinni í viku. Þannig sé útgáfustarfsemi blaðanna upp byggð. Þá sé veruleikanum með þessu ranglega lýst þar sem Sunnudagsblað Morgunblaðsins sé sunnudagsblað þó það sé borið út á laugardögum.

Samanburður á lestri á Fréttablaðinu og Morgunblaðinu er byggður á könnun sem gerð var af Capacent Gallup í ágúst til október 2010. Þar er mældur sá tími sem fór í lestur Fréttablaðsins og Morgunblaðsins á einni viku. Lestur Morgunblaðsins er meiri og skýrist það að hluta til af því að Morgunblaðið gefur út sjö tölublöð á viku en Fréttablaðið sex. Í auglýsingu Morgunblaðsins kemur skýrt fram að miðað sé við lestur blaðanna á einni viku og miðað við framangreindar forsendur sé niðurstaða Capacent Gallup sú að lestur Morgunblaðsins sé 54% meiri en



Fréttablaðsins. Í þeim gögnum frá Capacent Gallup sem fyrir liggja í máli þessu kemur skýrt fram að samanburður á vikulestri Morgunblaðsins og Fréttablaðsins byggi á sex tölublöðum Fréttablaðsins og sjö tölublöðum Morgunblaðsins. Í prentauglýsingu Morgunblaðsins eru ekki gefnar skýringar á því að Sunnudagsblað Morgunblaðsins sé inni í samanburðinum þ.e. sjö tölublöð Morgunblaðsins á móti sex tölublöðum Fréttablaðsins. Neytendastofa telur nauðsynlegt að þær upplýsingar komi fram svo þeir sem auglýsingarnar beinast að átti sig á því að mismunur á lestíma liggur að nokkru í fjölda tölublaða. Að mati Neytendastofu er samanburðurinn því ósanngjarn gagnvart keppinaut og veitir ófullnægjandi upplýsingar og er því auglýsingin til þess fallin að vera brot á 5. gr., 2. mgr. 6. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Í öðru lagi er í þriðja lið kvörtunar 365 miðla kvartað yfir því að félagið telji villandi að í prentauglýsingu Morgunblaðsins sé ýjað að því að lesendur í heild lesi almennt lengur Morgunblaðið en Fréttablaðið en í engu sé vikið að því að það virðist sem stuðst sé við tölulegar staðreyndir um að þeir lesendur sem um sé rætt séu lesendur Morgunblaðsins sem lesi líka Fréttablaðið.

Vegna þessa segir í bréfi Morgunblaðsins að félagið telji ástæðu til að taka fram að í prentauglýsingunum segir:

„Lesendur verja helmingi lengri tíma í lestur á Morgunblaðinu en Fréttablaðinu – Lesendur Fréttablaðsins verja að jafnaði 54% meiri tíma í viku hverri til lesturs Morgunblaðsins en Fréttablaðsins. Enn fremur er gott fyrir auglýsendur að hafa í huga að Mbl.is og Morgunblaðið ná í viku hverri til yfir 90% landsmanna.“

Athygli vekur að í fylgiskjölum með bréfi Morgunblaðsins, dags. 16. febrúar 2010, fylgdu tvö afrit af umræddri auglýsingu. Önnur þeirra var samhljóða því sem hér að ofan segir en í hinni segir:

„Lesendur Fréttablaðsins verja helmingi lengri tíma í lestur á Morgunblaðinu en Fréttablaðinu – Lesendur Fréttablaðsins verja að jafnaði 54% meiri tíma í viku hverri til lesturs Morgunblaðsins en Fréttablaðsins. Enn fremur er gott fyrir auglýsendur að hafa í huga að Mbl.is og Morgunblaðið ná í viku hverri til yfir 90% landsmanna.“

Í hinni síðarnefndu auglýsingu kemur því með skýrari hætti fram í yfirskrift hennar að um sé að ræða lesendur sem bæði lesi Fréttablaðið og Morgunblaðið.

Að mati Neytendastofu fer ekki á milli mála að í auglýsingunni er átt við þá lesendur sem lesa bæði blöðin. Er því athugasemd 365 miðla varðandi það atriði ekki á rökum reist.



Í þriðja lagi er í þriðja lið kvörtunar 365 miðla kvartað yfir því að í sjónvarpsauglýsingu Morgunblaðsins segi að það sé ekki það sama að „sjá“ og „lesa“. Auk þess sé fullyrt að lesendur Fréttablaðsins verji „mjög stuttum“ tíma í lestur Fréttablaðsins en að lesendur Morgunblaðsins verji „mun lengri“ tíma í lestur blaðanna.

Morgunblaðið hafnar málatilbúnaði 365 miðla um að það sé villandi að ýja að því að lesendur lesi almennt lengur Morgunblaðið en Fréttablaðið, enda sé um að ræða staðreynd sem byggir á úrvinnslu niðurstöðu lestrarkönnunar Capacent Gallup. Morgunblaðið telji ástæði til að vekja sérstaka athygli á ónákvæmni í málatilbúnaði 365 miðla þar sem endursögn félagsins á texta auglýsinganna sé röng. Í umræddri sjónvarpsauglýsingu segi:

„Það er ekki það sama að sjá og lesa – Fólk ver stuttum tíma í að lesa Fréttablaðið, en mun lengri tíma í að lesa Morgunblaðið.“

Orðasamböndunum sé ætlað að sýna niðurstöðu Capacent Gallup sem sýni að lesendur lesi Morgunblaðið 54% lengur heldur en Fréttablaðið. Morgunblaðið sé lesið í samtals 157,39 mínútur á meðan Fréttablaðið sé lesið í 101,66 mínútur, en í því felist að Morgunblaðið sé lesið 54% lengur hverja viku. Að mati Morgunblaðsins sé hér um að ræða mun lengri lestur á Morgunblaðinu en Fréttablaðinu.

Fullyrðingin í sjónvarpsauglýsingu Morgunblaðsins: „Fólk ver stuttum tíma í að lesa Fréttablaðið, en mun lengri tíma í að lesa Morgunblaðið“ byggir á niðurstöðu Capacent Gallup í framangreindri könnun. Í gögnum frá Capacent Gallup segir að munurinn á lestartíma lesenda á sjö tölublöðum Morgunblaðsins í 157,39 mínútur og sex tölublöðum Fréttablaðsins í 101,66 mínútur sé 54,8%. Ef miðað er við lestur blaðanna og lestur Sunnudagsblaðs Morgunblaðsins undanskilinn sem er 30,8 mínútur, sé munurinn 24,52 Morgunblaðinu í hag. Þó svo fólk verji lengri tíma til lestars Morgunblaðsins en Fréttablaðsins sem nemi framangreindu, sé fullyrðing um að fólk verji „stuttum tíma“ í að lesa Fréttablaðið en „mun lengri tíma“ í að lesa Morgunblaðið án nánari skýringa, til þess fallin að gefa ranga hugmynd um muninn á lestri blaðanna. Líklegt megi telja að þeir sem sjái auglýsinguna gangi út frá því að lestur Fréttablaðsins sé mun minni en hann sé í raun í samanburði við lestur Morgunblaðsins. Fullyrðingin „Fólk ver stuttum tíma í að lesa Fréttablaðið, en mun lengri tíma í að lesa Morgunblaðið“. Að mati Neytendastofu er samanburðurinn því ósanngjarn gagnvart keppinaut og veitir ófullnægjandi upplýsingar og er því fullyrðingin til þess fallin að vera brot á 5. gr., 2. mgr. 6. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Í fjórða lagi er í þriðja lið kvörtunar 365 miðla kvartað yfir því að tímamæling í myndskaiði ljósvakauglýsingar Morgunblaðsins þar sem gerð sé grein fyrir mun á lestíma blaðanna, gefi í



skyn að Morgunblaðið sé lesið að minnsta kosti þrisvar til fimm sinnum hægar en Fréttablaðið. Það sé í mikilli þversögn við lestímamælingar Capacent og villi um fyrir neytendum.

Morgunblaðið mótmælir þeim fullyrðingum 365 miðla. Í auglýsingunni komi ekki fram hvaða dagblaðatexti sé notaður og því ómögulegt fyrir áhorfandann að sjá hvaða hluti textans fari hratt yfir og hvaða hluti fari hægt yfir. Um sé að ræða huglæga oftúlkun 365 miðla á myndskeiði auglýsingarinnar sem sé í andstöðu við þau hughrif sem auglýsingin skapi.

Í auglýsingunni segir að það sé ekki það sama að sjá og að lesa. Yfir myndskeiði af dagblaðatexta sem ekki er læsilegur og rennur fremur hratt yfir skjáinn segir að fólk verji stuttum tíma í að lesa Fréttablaðið. Því næst birtist myndskeið af tifandi sekúnduvísi á klukku með vörumerki Morgunblaðsins og segir yfir því að fólk verji mun lengri tíma í að lesa Morgunblaðið.

Eins og fram kom hér að ofan telur Neytendastofa fullyrðingu í auglýsingu Morgunblaðsins um að fólk verji stuttum tíma í að lesa Fréttablaðið, en mun lengri tíma í að lesa Morgunblaðið, brjóta gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005 þar sem fullyrðingin gefi ranga mynd af þeim muni sem er á lestri blaðanna svo ætla megi að lestur Fréttablaðsins sé styttri en hann raunverulega er. Þrátt fyrir að sá dagblaðatexti sem fram kemur í auglýsingunni sé ekki læsilegur telur Neytendastofa af upplestum texta auglýsingarinnar augljóst að vísað sé með því til lesturs Fréttablaðsins en með tifandi sekúnduvísi klukkunnar sé vísað til lesturs Morgunblaðsins. Neytendastofa fellst á það með 365 miðlum að hraðabreytingar auglýsingarinnar séu þess valdandi að enn frekar sé ýtt undir mun á lestri Fréttablaðsins og Morgunblaðsins. Stofnunin telur hraðabreytingarnar ekki í samræmi við niðurstöður lestímamælingar Capacent og því ósanngjarnar gagnvart 365 miðlum og til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn. Því felur auglýsingin í sér brot gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005.

5.

Í andsvörum Morgunblaðsins í málinu hafa verið gerðar athugasemdir við málflutning 365 miðla þar sem texti hinna umkvörtuðu auglýsinga séu ranglega teknir upp í erindi 365 miðla auk þess sem félagið hafi vísað almennt til þess að auglýsingarnar brjóti gegn ákvæðum 2. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, án þess að einstaka fullyrðingar hafi verið heimfærðar undir ákvæðin.

Í lögum nr. 57/2005 er ekki gerð krafa um það að kvörtunum til Neytendastofu vegna meintra brota á ákvæðum laganna sé komið til stofnunarinnar á sérstöku formi. Því telur stofnunin ekki ástæðu til að gera athugasemd við framsetningu erindis 365 miðla eða þess að einstaka fullyrðingar eða kvörtunarefni hafi verið heimfærð undir ákvæði laga nr. 57/2005. Stofnunin



telur þó ámælisvert að ranglega var tekið upp úr hinum umkvörtuðu auglýsingum í erindinu sem tafið hefur meðferð málsins.

Neytendastofa telur framangreinda annmarka á erindi 365 miðla ekki hafa áhrif á niðurstöðu málsins.

Ákvörðunarorð:

„Árvakur hf., Hádegismóum 2, Reykjavík, rekstraraðili Morgunblaðsins, hefur brotið gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu,

- **með því að fullyrða í auglýsingum að Fréttablaðinu sé aðeins dreift inn á heimili á hluta höfuðborgarsvæðisins og á Akureyri,**
- **með því að fullyrða að fólk verji stuttum tíma í að lesa Fréttablaðið, en mun lengri tíma í að lesa Morgunblaðið,**
- **með því að bera saman heildarlestrartíma sex tölublaða Fréttablaðsins og sjö tölublaða Morgunblaðsins og**
- **með villandi framsetningu á hraðabreytingum í ljósvakaauglýsingum sem ætlað er að sýna mun á heildarlestíma Fréttablaðsins og Morgunblaðsins í auglýsingum tengdum niðurstöðum könnunar um lestíma Fréttablaðsins og Morgunblaðsins.**

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, er Árvakri hf. bannað að viðhafa framangreinda viðskiptahætti í auglýsingum sínum. Bannið tekur gildi við birtingu ákvörðunarinnar.“

Neytendastofa, 11. maí 2011

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Pórunn Anna Árnadóttir