



BESLUT

2013-12-20

Dnr: 13/02341

SAKEN

Rapport, SVT1, 2013-10-19, kl. 19.30, inslag om försäljning av eltandborstar; fråga om opartiskhet och saklighet

BESLUT

Inslaget frias. Granskningsnämnden anser att det inte strider mot kraven på opartiskhet och saklighet.

INSLAGET

Inslaget handlade om kritiserade försäljningsmetoder. I löpet sa nyhetspresentatören följande.

Det låter som eltandborstarna är gratis men säljarna fortsätter lura kunderna på dyra abonnemang.

I påannonseringen till inslaget sa sedan nyhetspresentatören följande.

Företaget Dentally Nordic (företaget) fortsätter att sälja eltandborstar genom att få kunderna att tro att de är gratis. Precis som tidigare, tecknar kunderna ovetande ett långt och dyrbart abonnemang på tandborsthuvuden. Det här visar SVT:s granskning.

Därefter inleddes inslaget i Kista galleria i Stockholm där en reporter med en dold kamera utgav sig för att vara kund till en säljare för Dentally Nordic AB (företaget). Från Kista galleria sades följande.

(Kund, textat) – Alltså, 800... Den kostar 800 kr men jag får den gratis? (Säljare, utan text) – Du får den kostnadsfritt i dag.

Inslaget fortsatte sedan med bland annat en intervju från år 2010 med marknadsansvarige från företaget.

(Reporter) – Trots att Konsumentverket uppmanat företaget att sluta lura kunder och sälja en eltandborste med förespeglning att den är gratis, fortsätter de göra just det.

(Marknadsansvarig) – Vi har sålt vår produkt i gallerior eller i anknytning till affärer via ett externt säljbolag och det har brustit i etik och moral. Så fort vi fick reda på det så avbröt vi samarbetet omgående. (Reporter) – Ja, så lät det förra året. Sedan 2010 har Konsumentverket tagit emot 250 anmälningar från kunder som känt sig lurade av företaget [namn]. Trots att KO skickat flera vitesförelägganden, det vill säga hot om böter på hundratusentals kronor, fortsätter företaget än i dag att sälja sina varor genom att ge sken av att eltandborsten är en gåva. Alltså helt kostnadsfri.

Sekvenser från Kista galleria visades. Följande sades.

(Kund) – Kan man få läsa det där kontraktet? (Säljare) – Självklart. Absolut. (Kund) – Så kan man läsa i lugn och ro. Så kan jag återkomma, eller? (Säljare) – Jag kan tyvärr inte dela ett kontrakt. (Kund) – För att? (Säljare) – Det här är min andra vecka. De har sagt åt mig att jag får inte lämna ut kontrakten.

Därefter intervjuades företagets vd som sa följande.

(Vd) – Vi har tagit fram väldigt tydliga och enkla riktlinjer för våra underleverantörer. Och är det så att det är någon underleverantör som ändå inte håller sig till de här väldigt tydliga riktlinjerna då agerar vi omedelbart på det. (Reporter) – Vi har varit och filmat när man har pratat då med en kund. Och då är det på samma sätt, att de säger att det här är kostnadsfritt och det är ju rent, det är ju lögn. (Vd) – Ja, är man mindre nöjd med ... (Reporter) – Nej, men det är ju lögn. Alltså, ni säljer ju en vara fast ni säger att det är kostnadsfritt. (Vd) – I våra a... (Reporter) – Det är väl inte okej riktigt? (Vd) – Nej, självklart är inte det okej.

Inslaget avslutades med en bild på Konsumentverkets entré samtidigt som reportern sa följande.

Konsumentverket har tagit emot anmälningar från kunder som känt sig lurade ända sedan år 2010 men fortfarande har företaget inte hamnat i domstol.

ANMÄLNINGARNA

Inslaget har anmälts av företaget genom vd:n som även medverkade i inslaget. Hon är kritisk till att *Rapport* inte uppmärksammade att antalet anmälningar till Konsumentverket minskade under år 2013 efter att företaget tagit till sig Konsumentverkets rekommendationer. Hon anför att två anmälningar har kommit in under år 2013 angående den försäljningsmetod som avses i inslaget. Denna positiva utveckling borde enligt anmälaren uppmärksammas för att visa Konsumentverkets goda påverkan på företag.

Hon är vidare kritisk till reporterns arbetsmetod i Kista galleria och anför att det är reportern som säger att eltandborsten är gratis vilket ledde säljaren till att begå ett misstag. Det var oetiskt och oseriöst att bygga inslaget på detta misstag.

Intervjun med vd:n för företaget har anmälts av en person som anser att reportern agerade partiskt och osakligt. Han anser att vd:n avbröts vid upprepade tillfällen och klipptes bort så tittarna inte fick se när hon skulle förklara sin syn på saken. Han anser även att klippningen medförde att väsentlig

fakta utelämnades.

PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

Sveriges Television (SVT) anser att inslaget överensstämmer med kraven på opartiskhet och saklighet och anför i huvudsak följande.

Inslaget handlade om att ett i SVT tidigare granskat företag fortsatt med sina kritiserade försäljningsmetoder. Det anmälda reportaget var en uppföljning av en granskning som SVT gjorde 2012. Då hade företaget på kort tid fått över 50 anmälningar hos Konsumentverket. Många konsumenter kände sig lurade då de trott att de tagit emot en tandborste gratis, och i efterhand upptäckt att de tecknat ett kostsamt abonnemang på tandborsthuvuden. Vid den tidpunkten, i maj 2012, anförde företaget att man hade anlitat ett externt säljbolag som skötte försäljningen ute i köpcentra bland annat, och att det var detta säljbolag som hade brustit i moral och etik. Därför, hävdade företaget, hade man brutit avtalet med det externa säljbolaget.

Vd:n för företaget skriver bland annat i sin anmälan att antalet anmälningar avseende företagets försäljning minskat drastiskt under 2013 och att endast två anmälningar kommit in på tio månader ”avseende den försäljningskanal som togs upp i inslaget”. Vidare kritiserar hon att det är reportern och inte säljaren som använder ordet ”gratis” i samtalet vid inspelningen i köpcentrat. SVT konstaterar att delar av textningen till inslaget av misstag föll bort, vilket dessvärre inte uppmärksammades av redaktionen före sändning. När SVT:s utsände ställer frågan ”...den kostar 800 kr, men jag får den gratis?” får han svaret ”Du får den kostnadsfritt i dag”. Även om detta inte framgick av textningen, kunde man höra dialogen i inslaget, om än med dålig ljudkvalitet. SVT:s utsände kunde således konstatera att försäljningsmetoden var densamma som SVT tidigare uppmärksammat, det vill säga att kunderna bibringades uppfattningen att varan var kostnadsfri, gratis, när det i själva verket handlade om avtal som i slutänden blir mycket kostsamt för kunden.

I det föreläggande som Konsumentombudsmannen (KO) utfärdade den 17 oktober 2012 skrev KO följande.

Konsumentombudsmannen (KO) ålägger företaget att vid marknadsföring på distans av prenumerations- eller abonnemangstjänster avseende tandvårdsprodukter på ett klart och begripligt sätt informera konsumenten om att det är fråga om återkommande post-försändelser, abonnemangets eller prenumerationens bindningstid samt vad försändelserna kommer att kosta.

KO förbjuder företaget att vid marknadsföring av tandvårdsprodukter till Konsument:

- påstå eller ge konsumenten intryck av att produkten är gratis, kostnadsfri, lämnas som gåva eller liknande, om så inte är fallet,
- påstå att köpeavtal av tandvårdsprodukter ingåtts, när konsumenten endast samtyckt

till att erhålla en gratis eltandborste och/eller när konsumenten inte uttryckligen beställt någon produkt, samt

- påstå eller ge konsumenten intryck av att det är fråga om en marknadsundersökning, konsumentenkät eller liknande. Föreläggandet är förenat med ett vite på sjuhundrafemtiotusen (750 000) kr.

Under punkten ”KO:s bedömning” kan man läsa följande.

Det är viktigt att företaget tydligt i sin marknadsföring informerar konsumenter om tandvårdsprodukternas huvudsakliga egenskaper dvs. att det är fråga om ett abonnemang, bindningstiden samt kostnaden för detta. Av inkomna anmälningar framgår att konsumenter fortfarande inte anser sig få tydlig information från [företaget] om den marknadsförda produktens innehåll. Att såsom företaget i marknadsföringen påstå eller framhäva att en produkt är gratis samtidigt som bolaget inte på ett klart och otvetydigt sätt lämnar den för konsumenten väsentliga informationen om att denne blir bunden av ett fortlöpande abonnemang, är vilseledande. Marknadsföringen är därtill otillbörlig då den påverkar eller sannolikt påverkar konsumentens affärsbeslut.

Företagets vd hävdar i sin anmälan att antalet anmälningar avseende företagets försäljning minskat drastiskt under 2013, att endast två anmälningar kommit in på tio månader. SVT ställer sig frågande till dessa påståenden. Den 10 oktober 2013 skrev Konsumentverket/KO till företaget. Av detta brev framgår att Konsumentverket/KO tagit emot nya anmälningar mot företaget under den aktuella perioden.

Enligt Konsumentverket/KO gäller de flesta nya anmälningar telefonförsäljning men själva metoden, att kalla erbjudandet för ”gratis” när det i stället innebär stora kostnader, är huvudsakligen densamma.

SVT anser att företagets vd, det vill säga anmälaren, fick kommentera kritiken och händelserna som SVT filmat i Kista galleria i intervjun.

AKTUELLA BESTÄMMELSER

SVT ska bedriva programverksamheten opartiskt och sakligt samt med beaktande av att en vidsträckt yttrande- och informationsfrihet ska råda i televisionen (5 § i sändningstillståndet). Kravet på opartiskhet tillämpas enligt granskningsnämndens praxis i princip fullt ut på programledare, reportrar och andra som genom sin ställning i ett program kan uppfattas som företrädare för programföretaget. Bestämmelsen innebär bland annat att en programledare eller reporter inte får göra värderande uttalanden eller ta ställning i kontroversiella frågor.

Av betydelse för bedömningen är också bestämmelsen om att SVT ska stimulera till debatt, kommentera och belysa händelser och skeenden samt granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna (9 § i sändningstillståndet). Denna skyldighet innebär enligt granskningsnämndens praxis att ett program eller inslag kan ha en kritisk

infallsvinkel utan att strida mot kravet på opartiskhet.

Kravet på saklighet innebär främst att uppgifter som är av betydelse för framställningen ska vara korrekta och att framställningen inte får vara vilseledande, till exempel genom att väsentliga uppgifter utelämnas.

GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING

Mot bakgrund av SVT:s granskningsskyldighet medför den kritiska infallsvinkeln inte i sig att inslaget strider mot kravet på opartiskhet. Av granskningsnämndens praxis följer vidare att SVT måste ha stor frihet att själv bedöma värdet av olika nyheter och bestämma vilka nyheter som ska presenteras. Den del av anmälan som tar upp vad som enligt anmälaren borde ha uppmärksammats i inslaget lämnar nämnden mot denna bakgrund utan åtgärd. Vad anmälaren anför om reporterns arbetsmetod faller inte inom ramen för nämndens prövning och lämnas därför också utan åtgärd.

Nämnden konstaterar att säljaren i inslaget sa att kunden skulle få en produkt ”kostnadsfritt i dag”. Nämnden kan inte finna att inslagets utformning i denna del medför att inslaget strider mot kraven på opartiskhet och saklighet i SVT:s sändningstillstånd.

Nämnden konstaterar att vd:n för företaget fick möjlighet att bemöta kritiken i inslaget. Nämnden anser inte heller att intervjuens utformning i övrigt medför att inslaget strider mot kraven på opartiskhet och saklighet.

Detta beslut har fattats av Henrik Jermsten, K-G Bergström, Elisabet Bäck, Leif Hedman, Martin Holmgren och Pia Kronqvist efter föredragning av Johannes Wik.

På granskningsnämndens vägnar

Henrik Jermsten

Johannes Wik