

Vzgr Rb Den Haag, 13 augustus 2010, Ziggo v Tele2



RECLAMERECHT

Prominente vermelding van de "€ 5" en de vermelding van de tekst "Nu bij een combipakket al vanaf € 5,- per maand" misleidend.

- de voorzieningenrechter is van oordeel dat de consument wel degelijk gedwongen wordt om een dienst af te nemen indien hij wil profiteren van (analoge) kabeltelevisie voor € 5,- per maand.

Anders dan Tele2 heeft betoogd is de voorzieningenrechter van oordeel dat de consument wel degelijk gedwongen wordt om een dienst af te nemen indien hij wil profiteren van (analoge) kabeltelevisie voor € 5,- per maand. De consument moet immers over het combipakket ter waarde van € 39,95 beschikken om (analoge) kabeltelevisie van Tele2 te kunnen ontvangen voor de prijs van € 5,- extra per maand zoals vermeld in de reclame. De consument die niet over een zodanige combipakket beschikt zou derhalve niet kunnen volstaan met betaling aan Tele2 van € 5,- per maand voor alleen (analoge) kabeltelevisie, maar zou daarnaast nog € 39,95 per maand moeten betalen voor het combipakket. Vermelding van de website en het informatienummer is niet voldoende als maatregelen om de hiervoor bedoelde informatie ter beschikking van de consument te stellen.

- De gemiddelde consument - in de zin van de gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument - behoeft ook na vermelding van de website en het informatienummer er niet op bedacht te zijn dat de prijs niet € 5,- per maand bedraagt, maar € 5,- verhoogd met € 39,95, in totaal derhalve € 44,95 per maand.

Misleidende vergelijking met standaard kabelabonnement van Ziggo

Vaststaat dat Tele2 in haar reclame de prijs van € 5,- per maand vergelijkt met de prijs van een standaard kabeltelevisieabonnement van Ziggo ter waarde van € 16,45 per maand. In deze vergelijking is weliswaar een besparing van 70% te behalen, maar dat is alleen mogelijk voor de consument die reeds klant is bij Tele2 en daar alle diensten via het combipakket afneemt.

- Van belang bij deze reclame-uiting is dat het niet enkel gaat om het aanbieden van een product aan een bestaande klant, maar tevens, en wellicht vooral, om een aanbieding voor potentiële nieuwe klanten.

Indien Tele2 haar prijs voor een bepaald product vergelijkt met volgens haar vergelijkbare producten van concurrenten, onder wie Ziggo, dient in een dergelijk

geval de prijsvergelijking zo nauwkeurig mogelijk te zijn, zodanig dat alle producten die vergeleken worden op dezelfde manier zijn samengesteld. Het standaard kabeltelevisieabonnement bij Tele2 kost € 15,- per maand tegenover € 16,45 per maand bij Ziggo. Bij Tele2 kost (analoge) kabeltelevisie alleen € 5,- per maand als het wordt afgenomen samen met een combinatiepakket dat € 39,95 per maand kost, zodat de totaalprijs € 44,95 per maand wordt.

- Een enigszins vergelijkbaar product bij Ziggo, de Alles-in-1 Plus bundel, kost € 51,50 per maand. Wanneer deze genoemde producten met elkaar vergeleken worden is Tele2 weliswaar goedkoper, maar lang geen 70% zoals wordt geclaimd in de reclame-uiting.

Gezien de wijze waarop Tele2 de prijs van € 5,- heeft vergeleken, is aannemelijk dat de gemiddelde consument hierdoor zou kunnen worden misleid bij zijn keuze voor de overstap naar Tele2 voor (analoge) kabeltelevisie, nog daargelaten dat Tele2 nergens communiceert dat zij via de kabel alleen analoge televisie aanbiedt. Gelet op het voorgaande is voorshands sprake van een ongeoorloofde vergelijkende reclame in de zin van artikel 6:194a BW.

Uiting "er verandert niets aan je aansluiting" te stellig en ongenuanceerd

- Anders dan Ziggo heeft betoogd is de voorzieningenrechter van oordeel dat de gemiddelde consument uit de onder 4.9 genoemde reclame-uiting niet zal begrijpen dat er niets aan het signaal verandert dat uit de muur komt. Door gebruik te maken van de terminologie "aansluiting" zal veeleer aan de fysieke aansluiting van kabels gedacht worden, in zoverre volgt de voorzieningenrechter Tele2 in haar verweer.

- Daarentegen is deze reclame-uiting te stellig en ongenuanceerd, omdat de aansluiting in veel gevallen toch fysiek zal wijzigen.

Zodra de consument immers meerdere diensten van Ziggo afneemt dan alleen de standaard analoge kabeltelevisie, zal de feitelijke aansluiting aangepast moeten worden, vooralsnog door het modem van Ziggo te verwijderen.

- Daarnaast heeft te gelden dat indien de consument gebruik wil maken van de € 5,- per maand aanbieding voor kabeltelevisie, hij het combipakket van Tele2 zal moeten afnemen waardoor hij een modem en settopbox van Tele2 krijgt. Hier zal de gemiddelde consument niet op bedacht zijn. Deze reclame-uitingen zijn wat dat betreft dan ook misleidend.

Melding "Je behoudt hetzelfde zenderpakket" misleidend

- omdat huidige Ziggo-abonnees bij het (analoge) kabeltelevisieabonnement standaard ook het digitale televisiepakket meegezonden krijgen, terwijl dat bij Tele2 niet het geval is.

4.12. Vaststaat dat Tele2 in de reclame-uiting het analoge zenderpakket, waarmee uitsluitend 30 analoge

televisiezenders kunnen worden ontvangen, vergelijkt met het standaard kabeltelevisieabonnement van Ziggo waarmee na een eenmalige investering voor de aanschaf van een digitale decoder en een smartcard ook 60 digitale televisiezenders kunnen worden ontvangen. Dat leidt tot de conclusie dat de vermelding dat men bij Tele2 hetzelfde zenderpakket houdt als bij Ziggo niet juist is. Dat het digitale signaal van Ziggo niet door iedereen gebruikt wordt, maakt dat niet anders nu het zenderpakket van Ziggo méér omvat, omdat de consument de keuze heeft om alleen analoge dan wel ook digitale televisie te kijken en daardoor met een standaard kabeltelevisieabonnement van Ziggo over een abonnement met andere gebruiksmogelijkheden beschikt dan met de (analoge) kabeltelevisie van Tele2. Het verweer van Tele2 dat Ziggo haar standaard kabeltelevisieabonnement twee weken geleden dienovereenkomstig heeft gewijzigd vindt geen steun in de feiten, gezien het feit dat Casema reeds vanaf eind 2004 het digitale signaal meezendt. zie hiervoor onder 2.3. Dit een en ander betekent dat de vergelijking die Tele2 in haar reclame maakt is gebaseerd op zaken die wezenlijk anders zijn. De door Tele2 gemaakte vergelijking voldoet op dit punt niet aan de voorwaarden gesteld in artikel 6:194a BW.

PROCESRECHT

Rectificatie

- [Rectificatie door middel van televisie-/ radiocommercial met neutrale mannenstem en rectificatie in gedrukt media en op website bevolen](#)

Gelet hierop bestaat aanleiding om Tele2 te veroordelen tot de rectificatie, zoals nader beschreven, door middel van een televisie- / radiocommercial.

De rectificatie op de televisie en op de radio zal beperkt worden tot eenmaal per zender waarop de desbetreffende televisie- / radiocommercial is uitgezonden. Voor de televisie dient de rectificatie op of omstreeks 20:00 uur plaats te vinden en op de radio op of omstreeks 12:00 uur. De rectificatie dient voorts dezelfde tijdsduur te hebben als de televisie-/ radiocommercial. te weten 30 seconden. De uitzending van de rectificaties dient plaats te vinden binnen vijf werkdagen na de betekening van dit vonnis. De rectificatietekst moet door een goed verstaanbare en neutrale mannenstem worden voorgelezen. De rectificaties in de gedrukte media worden beperkt tot eenmalig in alle gedrukte media waarin de desbetreffende reclameuitingen zijn afgebeeld. Nu de desbetreffende reclameuitingen verschillende afmetingen hebben en de rectificatie slechts eenmalig hoeft plaats te vinden. dient de rectificatie de grootte van één pagina tabloidformaat te hebben.

Vindplaatsen:

Vzgr Rb Den Haag, 13 augustus 2010

(R.J. Paris)

Sector civiel recht - voorzieningenrechter

Vonnis in kort geding van 13 augustus 2010,

gewezen in de zaak met zaak- / rolnummer: 372596/KG ZA 10-956 van:

de besloten vennootschap Ziggo B.V., gevestigd te Utrecht, eiseres,

advocaat mr. J.K. van Hezewijk te Amsterdam,

tegen:

de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid Tele2 Nederland B.V., statutair gevestigd te Amsterdam en kantoorhoudende te Diemen, gedaagde, advocaat mr. [S.M. Kaak](#) te Utrecht.

Partijen worden hierna respectievelijk aangeduid als 'Ziggo' en 'Tele2'.

1. Het procesverloop

1.1. Ziggo heeft Tele2 op 3 augustus 2010 doen dagvaarden om op 6 augustus 2010 om 10.00 uur te verschijnen ter zitting van de voorzieningenrechter van deze rechtbank. Tele2 heeft op 5 augustus 2010 een akte houdende eis in reconventie aangekondigd, onder meer inhoudende om Ziggo te bevelen haar volledige medewerking te verlenen aan het overstapproces voor nieuwe Tele2-klanten. Deze akte is door de voorzieningenrechter ontvangen op 5 augustus 2010 te 16:19 uur.

1.2. Ter zitting heeft Ziggo verweer gevoerd tegen de ingestelde eis in reconventie. De voorzieningenrechter heeft de eis in reconventie buiten beschouwing gelaten, nu toelating daarvan in strijd zou zijn met de goede procesorde en het beginsel van hoor en wederhoor. De eis in reconventie is immers niet tijdig aangekondigd. Daarnaast is deze niet van geringe omvang of eenvoudig te beoordelen, temeer niet nu de aard van de vordering niet, althans onvoldoende, nauw samenhangt met de vordering in conventie. Vonnis in conventie is bepaald op 6 augustus 2010, maar bij vervroeging uitgesproken op heden.

2. De feiten

Op grond van de stukken en het verhandelde ter zitting van 6 augustus 2010 wordt in dit geding van het volgende uitgegaan.

2.1. Tele2 is een telecommunicatiebedrijf dat tot 27 juli 2010 alleen telefoon- en internetdiensten en digitale televisie aanbod via de telefoonlijn. Vanaf 27 juli 2010 biedt zij tevens analoge televisie en radio aan via de kabel.

2.2. Ziggo is in 2008 tot stand gekomen uit een samenvoeging van de kabelexploitanten Casema, @Home en Multikabel.

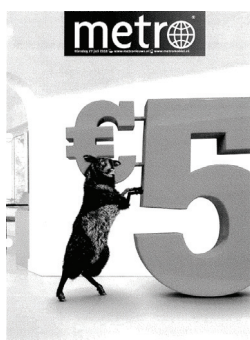
2.3. Casema, een van de rechtsvoorgangers van Ziggo, heeft vanaf 1 december 2004 digitale televisie en radio via de kabel aangeboden. Thans stelt Ziggo dit digitale signaal zonder extra kosten beschikbaar aan haar televisieabonnees als onderdeel van het analoge standaard televisieabonnement. Om het signaal geschikt te maken voor televisie dient de eindgebruiker te beschikken over een digitale decoder die is voorzien van een smartcard. Een digitale decoder en smartcard kunnen worden aangeschaft bij een elektronikawinkel of bij Ziggo zelf.

2.4. Het standaard televisieabonnement bij Ziggo bevat onder meer 30 analoge televisiezenders en 60 digitale televisiezenders.

2.5. In 2008 heeft de Onafhankelijke Post- en Telecommunicatieautoriteit (OPTA) besloten dat geïnteresseerde marktpartijen, onder wie Tele2, in staat moeten worden gesteld om ook televisie aan te bieden via de kabel.

2.6. Technisch gezien komt het besluit van de OPTA erop neer dat een consument abonnee kan worden bij Tele2 voor analoge kabeltelevisie en dat die consument dan door Ziggo op verzoek van Tele2 aangesloten wordt (of blijft) op het kabelnetwerk van Ziggo en het analoge zenderpakket van Ziggo ontvangt.

2.7. Tele2 heeft op 27 juli 2010 een reclamecampagne gestart waarin zij kenbaar maakt dat ook zij (analoge) kabeltelevisie aan de consument aanbiedt. In de Metro van 27 juli 2010 heeft zij de volgende reclame-uitingen geplaatst:



voorzijde Metro



achterzijde Metro

Vervolgens heeft Tele2 in de Metro op de eerste pagina aan de binnenzijde de volgende reclame-uiting geplaatst:

02 Telecommunieuws dinsdag 27 juli 2010

Tele2 breekt de kabeltelevisiemarkt open!

Sinds de jaren '70 besaait de plek waar je woont welke dure kabelaanbieder je vindt. Keuzen was onmogelijk. Maar vanaf vandaag krijg je dankzij Tele2 die keuze wel. Tele2 breekt de kabelmarkt open. Dankzij die Zweedse telecomreuzen wordt de alleenheerschappij op het kabelnetwerk eindelijk voorbij en kun jij nu kiezen voor veel goedkopere Kabeltelevisie van Tele2!

Duur het getint een concurrentie zijn de prijzen voor kabeltelevisie de afgelopen jaren alleen maar gegrepen. Niet voor niets worden mensen omvergijs om over te stappen naar een andere aanbieder van kabeltelevisie. Tot nu dien, want vanaf vandaag krijg je van Tele2 die keuze wel. Kabeltelevisie van Tele2 is veel voordeliger dan die van de concurrentie. Door over te stappen naar Tele2 kan je besparing oplopen tot maar liefst 70 procent t.o.v. een gemiddeld kabeltelevisieabonnement van UPC of Ziggo. Wanneer je Kabeltelevisie combineert met Televisie, Internet & Bellen van Tele2, dan betaal je voor Kabeltelevisie nog maar € 5,- extra per maand. Overstappen is erg makkelijk. De dienst wordt over het bestaande kabelnetwerk geleverd. Je hoeft niets technisch te doen, want alles wordt voor je geregeld. Er verandert dus helemaal niets aan je televisieaansluiting. We aan je rekening, want de wordt stukken lager!

Wat vindt Nederland?
Eindelijk keuze in kabeltelevisie

Erik Enckelmann
is voorzitter van de Nederlandse Vereniging van Kabelaanbieders. "Ik zie een toekomst voor de kabel. Vandaag is de kabelmarkt nog te klein. Maar met de komst van Tele2 wordt het mogelijk om de markt te openen voor nog meer concurrentie!"

Babette Veerman
is voorzitter van de Nederlandse Vereniging van Kabeltelevisieabonnees. "Het is goed voor de consument dat er nu een keuze is. Het is belangrijk dat er nu een keuze is. Het is belangrijk dat er nu een keuze is."

Martine Pooleij
is voorzitter van de Nederlandse Vereniging van Kabeltelevisieaanbieders. "Het is goed voor de consument dat er nu een keuze is. Het is belangrijk dat er nu een keuze is."

Waaron te veel blijven betalen?
Kies vandaag nog voor Kabeltelevisie van Tele2.

- Er verandert niets aan je aansluiting
- Je behoudt hetzelfde zenderpakket
- Wij regelen je overstap
- Nu is een conligpakket al vanaf € 5,- per maand

Begin meteen met besparen. Stap vandaag nog over naar Kabeltelevisie van Tele2.

Ga naar tele2.nl of bel 0900-1730 (p.u.)

TELE2
Born to be cheap

In het midden van deze pagina staat onder meer de volgende tekst:

"(...) Kabeltelevisie van Tele2 is veel voordeliger dan die van de concurrentie. Door over te stappen naar Tele2 kan je besparing oplopen tot maar liefst 70 procent t.o.v. een gemiddeld kabeltelevisieabonnement van UPC of Ziggo(...)."

En rechts onder in het kader staat onder meer vermeld:

- "(...)
- Er verandert niets aan je aansluiting
- Je behoudt hetzelfde zenderpakket
- (...)"

2.8. In de Metro van 2 augustus 2010 heeft Tele2 de volgende twee reclame-uitingen geplaatst:

Nederland, kies je kabel!

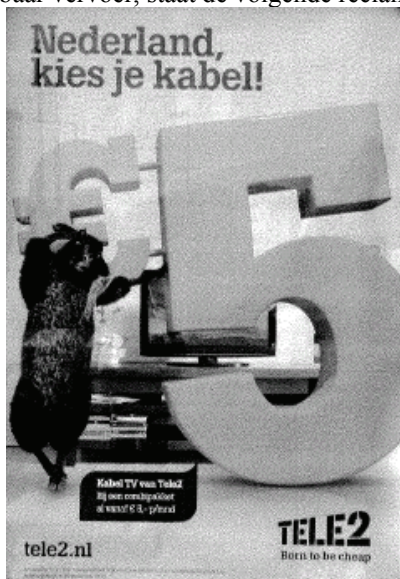
Kabeltelevisie al vanaf €5,- per maand bij een conligpakket!

Ga naar tele2.nl of bel 0900-1730 (p.u.)

TELE2
Born to be cheap



2.9. Op de buitenreclameposters die Tele2 geplaatst heeft in bus- en tramhaltes, inabri's en op bussen van het openbaar vervoer, staat de volgende reclame-uiting:



2.10. Op de homepage van Tele2 wordt eveneens geadverteerd met soortgelijke afbeeldingen als onder 2.7, 2.8 en 2.9 afgebeeld.

3. De vorderingen, de gronden daarvoor en het verweer

3.1. Ziggo vordert - zakelijk weergegeven - Tele2:

I. met onmiddellijke ingang na de betekening van dit vonnis te verbieden om op misleidende wijze te adverteren of op incorrecte wijze vergelijkende reclame te maken en met name zich te onthouden van iedere vermelding of suggestie zoals nader omschreven in de dagvaarding;

II. te bevelen om binnen vijf dagen na de betekening van dit vonnis rectificaties van haar onrechtmatige uitingen te publiceren op haar website, in de gedrukte media, op de televisie en op de radio, zoals respectievelijk gevorderd in de dagvaarding;

III. te bevelen om binnen vijf dagen na de betekening van dit vonnis aan Ziggo een gespecificeerde opgave te doen van alle media waarin Tele2 geadverteerd heeft voor haar kabeltelevisieproduct met gebruikmaking van een of meer van de onrechtmatige uitingen, welke specificatie in ieder geval de omvang (afmeting respectievelijk lengte) van de advertenties dan wel

commercials, hun aantal en de data van de publicatie omvat;

IV. te bevelen om binnen vijf dagen na de betekening van dit vonnis aan Ziggo een (conform sub III) gespecificeerde opgave te doen van alle media waarin de rectificatie verschijnt of is verschenen met daarbij kopieën van de respectieve rectificaties;

V. te veroordelen tot het betalen van een voorschot op schadevergoeding van € 100.000,- te voldoen binnen tien dagen na de betekening van dit vonnis;

VI. Het onder I tot en met IV gevorderde op straffe van verbeurte van een dwangsom.

3.2. Daartoe voert Ziggo het volgende aan. Tele2 handelt onrechtmatig jegens Ziggo met haar reclamecampagne op de televisie, de radio, in de gedrukte media en op het internet. De gebezigde uitingen in de reclame zijn misleidend en voldoen evenmin aan de eisen die gesteld worden aan vergelijkende reclame. Deze uitingen vormen ook een misleidende handelspraktijk in de zin van artikel 6: 193c van het Burgerlijk Wetboek (BW). Het gaat onder meer om de volgende uitingen:

- a) "Nu bij een combipakket al vanaf € 5, per maand", alsmede een zeer prominente vermelding van "€ 5" in de advertenties en op de website;
- b) "Kabeltelevisie van Tele2 is véél goedkoper dan die van de concurrentie. Door over te stappen naar Tele2 kan je besparing oplopen tot maar liefst 70% t.o.v. een gemiddeld kabeltelevisieabonnement van UPC of Ziggo.";
- c) "Er verandert niets dus helemaal niets aan je televisieaansluiting." en "Er verandert niets aan je aansluiting.";
- d) "Je behoudt hetzelfde zenderpakket."

Nu deze uitingen misleidend zijn en een onjuiste vergelijking maken dient Tele2 de reclame-uitingen te rectificeren. Daarnaast heeft Ziggo schade geleden doordat abonnees van haar zijn overstapt en nog zullen overstappen. Voorts zal Ziggo een tegenoffensief in de media moeten uitzetten hetgeen aanzienlijke kosten met zich brengt.

3.3. Tele2 voert gemotiveerd verweer, dat hierna, voor zover nodig, zal worden besproken.

4. De beoordeling van het geschil

4.1. Vaststaat dat de reclame-uitingen van Tele2 kunnen worden aangemerkt als vergelijkende reclame in de zin van artikel 6: 194a lid 1 BW. Het geschil dat partijen verdeeld houdt betreft de vraag of de campagne ten behoeve van Tele2 misleidende reclame en/of ongeoorloofde vergelijkende reclame behelst. Uitgangspunt van artikel 6: 194a lid 2 BW is dat vergelijkende reclame is geoorloofd indien wordt voldaan aan alle in dat artikel lid genoemde voorwaarden. Zo dient de reclame niet misleidend te zijn en op objectieve wijze een of meer wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken van de desbetreffende goederen of diensten, zoals prijs en productsamenstelling, met elkaar te vergelijken. Voorts is het ingevolge artikel 6:195 BW aan Tele2 om, gegeven de gemotiveerde stellingen van Ziggo, de juistheid van de in de uitingen vervatte stel-

lingen of suggesties in een kort geding als het onderhavige aannemelijk te maken.

Ad a)

4.2. Ziggo stelt dat de uiting "Nu bij een combipakket al vanaf € 5,- per maand" en de prominente vermelding van de "€ 5" in de reclame-uiting van Tele2 misleidend zijn. Het bezwaar van Ziggo ziet erop dat Tele2 de essentiële productinformatie over haar diensten niet duidelijk vermeldt. De enige manier waarop het bedrag van € 5,- relevant is in het televisiedienstenpakket van Tele2 is op het moment dat een consument een combipakket (internet, telefonie en digitale televisie via de telefoonlijn) (hierna; het combipakket) van € 39,95 per maand afneemt, aldus Ziggo.

4.3. Tele2 bestrijdt dit en stelt niets te suggereren. Zij communiceert met haar landelijke campagne dat de consument bij haar (analoge) kabeltelevisie kan krijgen en dat hij kan kiezen voor welke prijs. De keuze is volgens Tele2 mogelijk vanaf € 5,- in combinatie met het combipakket. In de visie van Tele2 komt dit zowel tekstueel alsook bij haar voice-over bij de televisie-/radiocommercial duidelijk tot uiting. Er is dan ook geen sprake van een moeten afnemen van een dienst, welke dienst je tegen betaling zonder daarover duidelijk geïnformeerd te zijn er en passant bij krijgt als je ingaat op een aanbieding. Bovendien wordt de consument op de website van Tele2 dan wel telefonisch nader geïnformeerd over onder meer de prijzen en de verschillende soorten pakketten.

4.4. Anders dan Tele2 heeft betoogd is de voorzieningenrechter van oordeel dat de consument wel degelijk gedwongen wordt om een dienst af te nemen indien hij wil profiteren van (analoge) kabeltelevisie voor € 5,- per maand. De consument moet immers over het combipakket ter waarde van € 39,95 beschikken om (analoge) kabeltelevisie van Tele2 te kunnen ontvangen voor de prijs van € 5,- extra per maand zoals vermeld in de reclame. De consument die niet over een zodanige combipakket beschikt zou derhalve niet kunnen volstaan met betaling aan Tele2 van € 5,- per maand voor alleen (analoge) kabeltelevisie, maar zou daarnaast nog € 39,95 per maand moeten betalen voor het combipakket. Vermelding van de website en het informatienummer is niet voldoende als maatregelen om de hiervoor bedoelde informatie ter beschikking van de consument te stellen. De gemiddelde consument - in de zin van de gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument - behoeft ook na vermelding van de website en het informatienummer er niet op bedacht te zijn dat de prijs niet € 5,- per maand bedraagt, maar € 5,- verhoogd met € 39,95, in totaal derhalve € 44,95 per maand.

4.5. Tegen deze achtergrond acht de voorzieningenrechter de reclame-uitingen met een prominente vermelding van de "€ 5" en de vermelding van de tekst "Nu bij een combipakket al vanaf € 5,- per maand" misleidend.

Ad b)

4.6. Ziggo voert aan dat de mededeling "Kabeltelevisie van Tele2 is véél goedkoper dan die van de concurrentie. Door over te stappen naar Tele2 kan je besparing

oplopen tot maar liefst 70% t. o. v. een gemiddeld kabeltelevisieabonnement van UPC of Ziggo." een misleidende en een onjuiste vergelijkende reclame is, omdat de claim van 70% besparing alleen realiseerbaar is door een onjuiste vergelijking van diensten. Tele2 betwist dat zij een onjuiste vergelijking heeft gemaakt, omdat een besparing van 70% kan worden behaald indien de consument reeds alle diensten van Tele2 afneemt. Als de consument overstapt van (analoge) kabeltelevisie van Ziggo naar Tele2 bespaart hij 70%, zijnde € 5,- per maand tegenover € 16,45 per maand.

4.7. Vaststaat dat Tele2 in haar reclame de prijs van € 5,- per maand vergelijkt met de prijs van een standaard kabeltelevisieabonnement van Ziggo ter waarde van € 16,45 per maand. In deze vergelijking is weliswaar een besparing van 70% te behalen, maar dat is alleen mogelijk voor de consument die reeds klant is bij Tele2 en daar alle diensten via het combipakket afneemt. Van belang bij deze reclame-uiting is dat het niet enkel gaat om het aanbieden van een product aan een bestaande klant, maar tevens, en wellicht vooral, om een aanbieding voor potentiële nieuwe klanten. Indien Tele2 haar prijs voor een bepaald product vergelijkt met volgens haar vergelijkbare producten van concurrenten, onder wie Ziggo, dient in een dergelijk geval de prijsvergelijking zo nauwkeurig mogelijk te zijn, zodanig dat alle producten die vergeleken worden op dezelfde manier zijn samengesteld. Het standaard kabeltelevisieabonnement bij Tele2 kost € 15,- per maand tegenover € 16,45 per maand bij Ziggo. Bij Tele2 kost (analoge) kabeltelevisie alleen € 5,- per maand als het wordt afgenomen samen met een combinatiepakket dat € 39,95 per maand kost, zodat de totaalprijs € 44,95 per maand wordt. Een enigszins vergelijkbaar product bij Ziggo, de Alles-in-1 Plus bundel, kost € 51,50 per maand. Wanneer deze genoemde producten met elkaar vergeleken worden is Tele2 weliswaar goedkoper, maar lang geen 70% zoals wordt geclaimd in de reclame-uiting.

4.8. Gezien de wijze waarop Tele2 de prijs van € 5,- heeft vergeleken, is aannemelijk dat de gemiddelde consument hierdoor zou kunnen worden misleid bij zijn keuze voor de overstap naar Tele2 voor (analoge) kabeltelevisie, nog daargelaten dat Tele2 nergens communiceert dat zij via de kabel alleen analoge televisie aanbiedt. Gelet op het voorgaande is voorshands sprake van een ongeoorloofde vergelijkende reclame in de zin van artikel 6:194a BW.

Ad c)

4.9. Ziggo heeft betoogd dat de reclame-uitingen "Er verandert niets dus helemaal niets aan je televisieaansluiting." en "Er verandert niets aan je aansluiting." misleidend zijn, nu de fysieke aansluiting vaak wel wijzigt. Daarnaast zal, aldus Ziggo, de gemiddelde consument uit deze mededeling begrijpen dat het signaal dat uit de muur komt ongewijzigd blijft, hetgeen bij Ziggo-klanten niet zo zal zijn. Tele2 stelt zich op het standpunt dat deze reclame-uitingen zien op de feitelijke fysieke aansluiting van de televisie op de kabel uit de muur en niet op de doorgifte van het signaal.

4.10. Anders dan Ziggo heeft betoogd is de voorzieningenrechter van oordeel dat de gemiddelde consument

uit de onder 4.9 genoemde reclame-uiting niet zal begrijpen dat er niets aan het signaal verandert dat uit de muur komt. Door gebruik te maken van de terminologie "aansluiting" zal veeleer aan de fysieke aansluiting van kabels gedacht worden, in zoverre volgt de voorzieningenrechter Tele2 in haar verweer. Daarentegen is deze reclame-uiting te stellig en ongenueanceerd, omdat de aansluiting in veel gevallen toch fysiek zal wijzigen. Zodra de consument immers meerdere diensten van Ziggo afneemt dan alleen de standaard analoge kabeltelevisie, zal de feitelijke aansluiting aangepast moeten worden, vooralsnog door het modem van Ziggo te verwijderen. Daarnaast heeft te gelden dat indien de consument gebruik wil maken van de € 5,- per maand aanbieding voor kabeltelevisie, hij het combipakket van Tele2 zal moeten afnemen waardoor hij een modem en settopbox van Tele2 krijgt. Hier zal de gemiddelde consument niet op bedacht zijn. Deze reclame-uitingen zijn wat dat betreft dan ook misleidend.

Ad d)

4.11. De melding "Je behoudt hetzelfde zenderpakket." is volgens Ziggo misleidend omdat huidige Ziggo-abonnees bij het (analoge) kabeltelevisieabonnement standaard ook het digitale televisiepakket meegezonden krijgen, terwijl dat bij Tele2 niet het geval is. De verandering is derhalve dat Ziggo-abonnees minder zullen ontvangen. Tele2 heeft ter zitting aangevoerd dat men voor het gebruik van het digitale signaal een digitale decoder en een smartcard moet aanschaffen alvorens digitale televisie te kunnen kijken, zodat het zenderpakket gelijk blijft.

4.12. Vaststaat dat Tele2 in de reclame-uiting het analoge zenderpakket, waarmee uitsluitend 30 analoge televisiezenders kunnen worden ontvangen, vergelijkt met het standaard kabeltelevisieabonnement van Ziggo waarmee na een eenmalige investering voor de aanschaf van een digitale decoder en een smartcard ook 60 digitale televisiezenders kunnen worden ontvangen. Dat leidt tot de conclusie dat de vermelding dat men bij Tele2 hetzelfde zenderpakket houdt als bij Ziggo niet juist is. Dat het digitale signaal van Ziggo niet door iedereen gebruikt wordt, maakt dat niet anders nu het zenderpakket van Ziggo méér omvat, omdat de consument de keuze heeft om alleen analoge dan wel ook digitale televisie te kijken en daardoor met een standaard kabeltelevisieabonnement van Ziggo over een abonnement met andere gebruiksmogelijkheden beschikt dan met de (analoge) kabeltelevisie van Tele2. Het verweer van Tele2 dat Ziggo haar standaard kabeltelevisieabonnement twee weken geleden dienovereenkomstig heeft gewijzigd vindt geen steun in de feiten. gezien het feit dat Casema reeds vanaf eind 2004 het digitale signaal meezendt. zie hiervoor onder 2.3. Dit een en ander betekent dat de vergelijking die Tele2 in haar reclame maakt is gebaseerd op zaken die wezenlijk anders zijn. De door Tele2 gemaakte vergelijking voldoet op dit punt niet aan de voorwaarden gesteld in artikel 6:194a BW.

rectificaties

4.13. De vorderingen onder I tot en met IV komen gezien het voorgaande in beginsel voor

toewijzing in aanmerking. Ziggo vordert rectificatie via hetzelfde medium als waarmee de reclame is geuit en dat voor een gelijk aantal keren en lof gelijke duur dat de reclame is vertoond.

4.14. De voorzieningenrechter is van oordeel dat de vordering, om het aantal rectificaties op de televisie en radio en in de gedrukte media gelijk te stellen aan het aantal keer dat de reclame daarop is uitgezonden dan wel is afgebeeld, buitenproportioneel is. Daarbij is ten aanzien van de televisie in aanmerking genomen dat daarop rectificaties van een televisiecommercial zelden voorkomen. Alleen al vanwege die omstandigheid zal een dergelijke rectificatie een grotere impact hebben dan de televisiecommercial die gerectificeerd moet worden zelf had. Gelet hierop bestaat aanleiding om Tele2 te veroordelen tot de rectificatie, zoals nader beschreven. door middel van een televisie- / radiocommercial. De rectificatie op de televisie en op de radio zal beperkt worden tot eenmaal per zender waarop de desbetreffende televisie- / radiocommercial is uitgezonden. Voor de televisie dient de rectificatie op of omstreeks 20:00 uur plaats te vinden en op de radio op of omstreeks 12:00 uur. De rectificatie dient voorts dezelfde tijdsduur te hebben als de televisie- / radiocommercial. te weten 30 seconden. De uitzending van de rectificaties dient plaats te vinden binnen vijf werkdagen na de betekening van dit vonnis. De rectificatietekst moet door een goed verstaanbare en neutrale mannestem worden voorgelezen. De rectificaties in de gedrukte media worden beperkt tot eenmalig in alle gedrukte media waarin de desbetreffende reclame-uitingen zijn afgebeeld. Nu de desbetreffende reclame-uitingen verschillende afmetingen hebben en de rectificatie slechts eenmalig hoeft plaats te vinden. dient de rectificatie de grootte van één pagina tabloidformaat te hebben.

4.15. Uit het voorgaande volgt dat de vordering tot het verstrekken van een opgave eveneens toewijsbaar is, met dien verstande dat de opgave beperkt kan blijven tot het noemen van de media waarin of waarop Tele2 heeft geadverteerd.

4.16. Nu vaststaat dat de reclame-uitingen op de website www.tele2.nl te zien zijn geweest, is de vordering tot vermelding van de rectificatie op de website van Tele2 toewijsbaar op de hierna te vermelden wijze.

geldvordering

4.17. Voor wat betreft de vordering van Ziggo tot betaling van een voorschot op schadevergoeding, wordt vooropgesteld dat ten aanzien van een geldvordering in kort geding terughoudendheid is geboden. Niet alleen zal moeten worden onderzocht of het bestaan van die vordering voldoende aannemelijk is, maar tevens of daarnaast sprake is van feiten en omstandigheden die meebrengen dat uit hoofde van onverwijlde spoed een onmiddellijke voorziening is vereist.

4.18. Tele2 heeft onder meer als verweer aangevoerd dat de gevorderde voorschot op schadevergoeding spoedeisend belang ontbeert. Ziggo heeft enkel gesteld dat zij voor het kunnen financieren van reclame-uitingen die de negatieve effecten van de reclame-uitingen van Tele2 moeten tegengaan, enige tijd nodig

heeft om gelden vrij te maken. Gezien het economische gewicht van Ziggo, alsmede de summierlijke onderbouwing van het gevorderde voorschot is de voorzieningenrechter van oordeel dat de vordering niet voldoet aan de hiervoor onder 4.17 genoemde maatstaf voor toewijzing van een dergelijke vordering in kort geding. De vordering tot voorschot op schadevergoeding zal daarom worden afgewezen.

4.19. Tele2 heeft geen inhoudelijk verweer gevoerd tegen de gevorderde dwangsommen. Wel heeft zij gesteld dat de hoogte van de dwangsommen buitenproportioneel is. De voorzieningenrechter acht oplegging van dwangsommen, als stimulans tot nakoming van de te geven beslissingen, aangewezen. De op te leggen dwangsommen zullen worden gematigd en gemaximeerd. Voorts zal er worden bepaald dat de op te leggen dwangsommen vatbaar zijn voor matiging door de rechter, voor zover handhaving daarvan naar maatstaven van redelijkheid en billijkheid onaanvaardbaar zou zijn, mede in aanmerking genomen de mate waarin aan de veroordeling is voldaan, de ernst van de overtreding en de mate van verwijtbaarheid daarvan.

4.20. Tele2 zal, als de merendeels in het ongelijk gestelde partij, worden veroordeeld in de kosten van dit geding. zij het dat het door haar te betalen griffierecht beperkt wordt tot € 263,- nu het meerdere betrekking heeft op de afgewezen geldvordering. Voor het meerdere draagt Ziggo dat recht.

5. De beslissing

De voorzieningenrechter:

- verbiedt Tele2 met onmiddellijke ingang na de betekening van dit vonnis om te adverteren met de reclame-uitingen zoals beoordeeld onder 4.5, 4.8, 4.10 en 4.12 van dit vonnis;

- beveelt Tele2 om binnen vijf werkdagen na de betekening van dit vonnis de volgende rectificatie gedurende veertien dagen bovenaan de homepage van haar website te plaatsen in een kader dat ten minste de bovenste 50% van het scherm beslaat, welke tekst weergegeven dient te worden in zwarte letters tegen een witte achtergrond en in een leesbaar lettertype in een zodanige layout dat de tekst over het hele kader is verdeeld;

"DE VOORZIENINGENRECHTER VAN DE RECHTBANK 'S-GRAVENHAGE HEEFT ONS BIJ VONNIS VAN 13 AUGUSTUS 2010 BEVOLEN U ALS VOLGT TE BERICHTEN:

WIJ HEBBEN IN DIVERSE MEDIA OP MISLEIDENDE WIJZE ONZE KABELTELEVISIEDIENST AANGEBODEN, NU WIJ NIET DUIDELIJK DE VOLLEDIGE KOSTEN EN ESSENTIËLE VOORWAARDEN HEBBEN VERMELD. OM IMMERS GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN HET DOOR ONS GEADVERTEERDE AANBOD VAN KABELTELEVISIE VOOR € 5,- PER MAAND MOET U TEVENS EEN JAARABONNEMENT NEMEN OP INTERNET, TELEFONIE EN DIGITALE TELEVISIE VAN TELE2. DE TOTAALPRIJS KOMT DAARMEE OP € 44,95 PER MAAND. VOORTS HEBBEN WIJ OP ONVOLLEDIGE, ONJUISTE EN DAARDOOR MISLEIDENDE WIJZE DE PRIJS

VAN ONZE KABELTELEVISIEDIENST VERGELEKEN MET DE KABELTELEVISIEDIENSTEN VAN ANDERE KABELAANBIEDERS.

TELE2 NEDERLAND B.V."

- beveelt Tele2 om binnen vijf werkdagen na de betekening van dit vonnis deze rectificatie eenmalig in alle gedrukte media te plaatsen waarin zij de reclame-uitingen heeft geplaatst in een kader dat ten minste één pagina op tabloidformaat beslaat, welke tekst weergegeven dient te worden in zwarte letters tegen een witte achtergrond en in een leesbaar lettertype in een zodanige layout dat de tekst over het hele kader is verdeeld;

- beveelt Tele2 om binnen vijf werkdagen na de betekening van dit vonnis deze rectificatie eenmalig gedurende 30 seconden op of omstreeks 20:00 uur op alle televisiezenders, via welke zij de reclame-uitingen heeft gepubliceerd, te vertonen in een kader dat het hele beeld beslaat, welke tekst weergegeven dient te worden in zwarte letters tegen een witte achtergrond en in een leesbaar lettertype in een zodanige layout dat de tekst over het hele kader is verdeeld, alsmede goed verstaanbaar voorgelezen dient te worden door een

neutrale mannenstem;

- beveelt Tele2 om binnen vijf werkdagen na de betekening van dit vonnis deze rectificatie eenmalig gedurende 30 seconden op of omstreeks 12:00 uur op alle radiozenders, via welke zij de reclame-uitingen heeft gepubliceerd, uit te zenden, welke tekst goed verstaanbaar voorgelezen dient te worden door een

- beveelt Tele2 om binnen vijf werkdagen na de betekening van dit vonnis aan Ziggo een opgave te verstrekken van alle media waarin zij heeft geadverteerd voor haar kabeltelevisieproduct;

- beveelt Tele2 om binnen vijf werkdagen na de betekening van dit vonnis aan Ziggo een opgave te verstrekken van alle media waarin zij voormelde rectificatie heeft gepubliceerd of zal publiceren, met daarbij kopieën van de respectieve rectificaties;

- bepaalt dat Tele2 per afzonderlijke overtreding een dwangsom verbeurt van € 50.000,- per dag of dagdeel dat zij dit verbod of een van deze bevelen niet nakomt, met een maximum van € 2.000.000,-;

- bepaalt dat bovenstaande dwangsom vatbaar is voor matiging op de wijze zoals onder 4.19 is vermeld;

- veroordeelt Tele2 deels in de kosten van dit geding, tot dusverre aan de zijde van Ziggo begroot op € 1.152,89, waarvan € 816,- aan salaris advocaat, € 263,- aan griffierecht en € 73,89 aan dagvaardingskosten, en compenseert de proceskosten voor het overige;

- verklaart dit vonnis tot zover uitvoerbaar bij voorraad;

- wijst af het meer of anders gevorderde.

Dit vonnis is gewezen door mr. R.J. Paris en bij vervroeging in het openbaar uitgesproken op 13 augustus 2010.