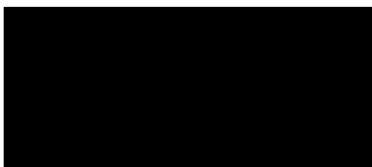




Buitenveldertselaan 106, 1081 AB Amsterdam  
Postbus 75684, 1070 AR Amsterdam  
T: 020-696 00 19 E : info@reclamecode.nl  
F: 020-696 56 59 W : www.reclamecode.nl



**dossier 07.0070**

Amsterdam, 22 februari 2007

Geachte heer ,

**Betreft:** Canal Digitaal

Hierbij zend ik u een kopie van de reactie in bovengemelde zaak van M. Herrebout d.d. 21 februari jl.

De voorzitter van de Reclame Code Commissie beschouwt het schriftelijke gedeelte van de procedure hiermee als beëindigd.

De heer Herrebout heeft laten weten ter vergadering van 7 maart a.s. aanwezig te zullen zijn voor het geven van een nadere toelichting in bovengemelde zaak. Indien dit voor u aanleiding mocht zijn eveneens ter vergadering te verschijnen, verneem ik dat gaarne van u.

Het tijdstip van behandeling zullen wij u laten weten zodra u mededeelt dat u aanwezig zult zijn.

Hoogachtend,  
namens de Reclame Code Commissie

voa

  
~~Mr. P. J. van Kers~~



Stichting Reclame Code  
Mr. P.E.C. Ancion-Kors  
Postbus 12352  
1100 AJ Amsterdam

Vooraf per fax: 020-6965659

Betreft: klacht van de heer [REDACTED]  
Uw dossier: 07.0070 "**Het mooiste beeld**"

Hilversum, 21 februari 2007

Geachte mevrouw [REDACTED]

### **Inleiding**

Naar aanleiding van uw verzoek tot reactie betreffende bovenvermelde klacht met betrekking tot de onderstaande reclame-uiting kan ik u als volgt berichten.



CanalDigitaal is van mening dat zij bij haar communicatie voldoet aan de regels van de Nederlandse Reclame Code.

Klager stelt dat CanalDigitaal "*bij lange na niet het beste beeld levert*". Het beeld via de kabel zou volgens klager kwalitatief beter zijn.

### **Verweer**

CanalDigitaal merkt op dat de stellingen van klager met betrekking tot de kwaliteit niet worden gestaafd door de feiten, integendeel zelfs.

Verder gaat klager er ten onrechte vanuit dat "beste" en "mooiste" synoniemen van elkaar zijn. Hoewel in reclame-uitingen "beste" soms een superlatief kan zijn, is "mooiste" dat in ieder geval altijd. Het gaat in casu om "mooiste", hetgeen een subjectief waardeoordeel is.



### 1: Onafhankelijke testen televisie

Onafhankelijke testen wijzen steeds uit dat satelliet de beste beeldkwaliteit levert voor televisie in vergelijking met bijvoorbeeld kabel en digitale antenne. Als voorbeeld heeft CanalDigitaal een onderzoek naar kabel, satelliet en digitale antenne uit 2005 van de Consumentenbond bijgesloten (**Productie 1**). De Consumentenbond noemt de kwaliteit van satelliet televisie "uistekend", terwijl bij kabel en antenne de opmerkingen "doorgaans goed" respectievelijk "beeld minder scherp" worden geplaatst. Verder vermeldt de Consumentenbond: "*Wilt u vooral veel zenders of de hoogste beeldkwaliteit dan komt satelliet in zicht. Bovendien is die goedkoper dan de andere opties...*" (onderstreping CanalDigitaal). CanalDigitaal levert haar klanten de beste, in ieder geval één van de beste, beeldkwaliteit(en) voor televisie. Dat blijkt verder ook uit de regelmatige klanttevredenheidsonderzoeken van CanalDigitaal waarin de uitstekende beeldkwaliteit van satelliet televisie stevast als meestgenoemde aspect naar voren komt en door klanten als doorslaggevende reden voor hun tevredenheid met televisiekijken via de schotel wordt genoemd (**Productie 2**).

2. "Mooiste" is bovendien een subjectief waarde-oordeel CanalDigitaal gebruikt de slogan "*Het mooiste beeld*". Dit is een subjectief te beoordelen begrip en geen absolute claim. "Mooiste" is een kwestie van smaak en over smaak valt nu eenmaal niet te twisten. Het betreft een uiting van superlatieve reclame die behoort tot de gebruikelijke overdrijving in reclame, zoals de lekkerste en de leukste etc. De gemiddelde consument zal de slogan niet letterlijk nemen. CanalDigitaal verwijst hierbij uitdrukkelijk naar de dossiers Specsavers (1302/03.0479) en Hoogvliet (1250/02.0620) voor wat betreft de uitleg van superlatieve reclame. De gemiddelde consument kan zich bovendien in de winkel zelf overtuigen welke beeldkwaliteit hem het meeste aanspreekt en maakt zelf wel uit wat hij "mooi" vindt en wat niet.

Daar komt nog bij dat, zoals gezegd, CanalDigitaal wel degelijk de beste, in ieder geval één van de beste beeldkwaliteit(en) levert, voor zover dat relevant mocht zijn. Er bestaat in dit geval een correlatie tussen het objectievere "beste" en het subjectieve "mooiste" en er is dus sowieso geen sprake van misleiding.

**Conclusie**

De communicatie-uiting van CanalDigitaal "Het mooiste beeld" is niet misleidend.

CanalDigitaal is graag tot een nadere toelichting bereid tijdens de door u geplande behandeling op 7 maart a.s. Ondergetekende zal namens CanalDigitaal aanwezig zijn. Ik verneem graag het tijdstip van aanvang.

Met vriendelijke groet,

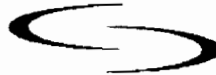
A handwritten signature in black ink, appearing to be 'M. Herrebout', written over a horizontal line.

mr. M. Herrebout  
General Counsel

Bijlagen: -2 producties -

SATELLIET  
**CANALDIGITAAL**

**Canal Digitaal**  
Tevredenheidsonderzoek



**Spangenberg BV Maastricht**  
November 2005



## **Achtergrond**

Waar vroeger de ouderwetse antenne op het dak de enige uitkomst was om televisie te ontvangen in de Nederlandse huiskamer, daar zijn nu meerdere middelen voorhanden. Naast die ouderwetse antennes, die in sporadische gevallen nog gebruikt worden, is er kabel, zijn er compacte antennes die in huis op de televisie gezet kunnen worden en zijn er schotelantennes die het signaal opvangen dat van een satelliet naar de aarde wordt gezonden. Draadloos televisie kijken (signaal via het mobiele netwerk) of televisie via Internet is in opmars.

Canal Digitaal is voor de Nederlandse markt de belangrijkste, zo niet de enige aanbieder van televisie via een schotelantenne. De schotels zelf worden door diverse leveranciers aangeboden maar de content is alleen te verkrijgen via een decoder in combinatie met een smartcard. Een basisabonnement bij Canal Digitaal biedt een groot aantal zenders, maar de consument kan kiezen uit meerdere abonnementsvormen die ieder een specifiek aantal extra zenders bieden.

Canal Digitaal wil onderzoeken hoe haar klanten het kijken van televisie via de schotelantenne ervaren.

## **Doel van het onderzoek**

Doel van het onderzoek is te achterhalen hoe tevreden klanten zijn over Canal Digitaal. Dit houdt in dat gekeken wordt naar alle aspecten zoals informatievoorziening over Canal Digitaal en haar producten en diensten, de website, het aanschafmoment in de winkel, de installatie, het kijken naar de televisie via de schotel, de klantenservice, de prijs-kwaliteit perceptie en het imago dat Canal digitaal geniet bij haar klanten. Het onderzoek betreft een 0-meting. Dit onderzoek zal met name inzicht moeten verschaffen in de belangrijkste aspecten die de tevredenheid bepalen en de mate waarin klanten over die aspecten tevreden zijn. Canal Digitaal weet dan op welke zaken gestuurd moet worden. In volgende onderzoeken zal gekeken worden in welke mate de inspanningen om de dienstverlening te optimaliseren positief effect hebben gehad.

## **De uitvoering van het onderzoek**

Het veldwerk is gestart op maandag 21 november en afgerond op woensdag 7 december. Aanvankelijk hebben de enquêtes een kwalitatief karakter gehad. De vragen waren voornamelijk open om zo te achterhalen wat de belangrijkste aspecten zijn die een rol spelen in de beoordeling van klanten. Na 21 diepte-interviews is het script aangepast en zijn er meer gesloten vragen gesteld. Het analyseren van de response neemt dan minder tijd in beslag waardoor een groter aantal enquêtes gerealiseerd kon worden. Hierdoor neemt de betrouwbaarheid van de response toe.

Er zijn 246 geslaagde enquêtes verzameld.



## Resultaten bij het kwalitatieve onderzoek

Tijdens de 21 diepte-interviews die we hebben afgenomen, kwamen de volgende aspecten naar voren als meest belangrijkste beïnvloedingsfactoren voor tevredenheid:

- Het uitrusten van de schotel, het installeren van de decoder en het activeren van de smartcard.
- De kwaliteit van het signaal ofwel het televisiebeeld
- Het zenderaanbod
- De elektronische programmagids
- De kwaliteit van de klantenservice
- De prijs van het kijken via de schotel afgezet tegen andere ontvangstmogelijkheden

Bovenstaande aspecten zijn in gesloten vragen opgenomen en door klanten beoordeeld.

## Belangrijkste resultaten

### Hoge tevredenheid

Nog geen 6% van de ondervraagde abonnees is ontevreden. 94% geeft een cijfer dat gelijk is aan of hoger dan een 7. Het meestgenoemde cijfer is een 8. Het cijfer 9 wordt bijna zo vaak genoemd. Het gemiddelde rapportcijfer voor Canal Digitaal bedraagt 7,3.

### "Kwaliteit van het beeld" en het "zenderaanbod" zijn de belangrijkste issues.

We hebben de klanten gevraagd hun rapportcijfer toe te lichten. Het betreft hier spontane reacties. De aspecten die genoemd worden zitten op top of mind bij de klanten.

### *Kwaliteit van het beeld*

Met 84% is de kwaliteit van het beeld het meestgenoemde aspect. De kwaliteit is veelal de doorslaggevende reden waarom klanten blij zijn om via de schotel te kijken.