



PRESSENS
FAGLIGE UTVALG

PFU-SAK NR. 110/15

KLAGER: Rema 1000 v, kommunikasjonsdirektør Mette Fossum Beyer
ADRESSE: Gladengveien 2, 0661 Oslo
PUBLIKASJON: NRK
PUBLISERINGSDATO: 17.03.2015
STOFFOMRÅDE: Næringsliv
SJANGER: Dokumentar
SØKERSTIKKORD: Bildebruk
REGISTRERT: 23.03.2015
BEHANDLET I PFU: 25.08.2015
BEHANDLINGSTID: 152 dager
KLAGEGRUPPE: Bedrift
PFU-KONKLUSJON:
HENVISNING VVPL.:
OMTALE/ANONYM.:
MERKNADER:

SAMMENDRAG:

NRK Brennpunkt sendte **tirsdag 17. mars 2015** dokumentarprogrammet «Matvarekrigen». Slik omtaler NRK selv programmet i sin nettspiller:

«Sist høst inviterte Rema-sjef Ole Robert Reitan over 500 kjøpmenn til Las Vegas for å feire seg selv i fire dager til ende. I løpet av én generasjon er Reitan-familien blitt en av landets rikeste på å selge billige matvarer. Derfor kunne Rema arrangere tidenes beachparty i kasinobyen. Brennpunkt følger de beinharde forhandlingene mellom kjeder og leverandører som vil sikre seg best mulig plass i butikkhyllene. Hvorfor havnet 15 tonn fersk og fin sjokolade på søpla? Og hva betyr spillet på bakrommet for prisene og matutvalget som møter oss i butikken, hver dag, året rundt?»

I en sekvens i filmen har Rema-sjef Ole Robert Reitan et innlegg på Dagligvareleverandørenes høstmøte, i oktober 2014.

Reitan: «Veldig hyggelig å være her, altså. Sammen med så mye gode venner. Det er bare gode venner her, nesten. (Peker på noen i salen.) Første rad og. Jeg hadde ikke tid til å være her, så jeg har drevet og teksta med noen sånne gode venner i salen for å høre om det har skjedd noe spennende her. Stort sett har jeg fått beskjed om at det ikke har skjedd noen ting. Eller at det er sånn at det går an å snakke lenge uten å si noen ting.»

Reitan peker mot salen igjen. Nærbilde av landbruks- og matminister Sylvi Listhaug. Hun ser opp mot talerstolen med et alvorlig ansiktsuttrykk.

Reitan: «Det var da statsråden og Konkurransetilsynet - neida. Lov om god handelsskikk har jeg fortsatt ikke forstått.»

Nytt bilde av statsråden, så et nytt bilde av Reitan.

Sekvensen som viser bilde av en lyttende statsråd og også en lyttende Orkla-sjef Peter Ruzicka er senere fjernet. Redigert program ligger ute på NRKs nettspiller og er også vist i reprise.

KLAGEN:

Klager er Rema 1000 ved selskapets informasjonsdirektør. Det vises til at Ole Robert Reitan gikk på talerstolen kl. 14.25, mens statsråd Listhaug forlot møtet i Tønsberg ca. kl 11.15. Listhaug var med andre ord ikke i salen da Reitan snakket, og filmen gir derfor et falskt inntrykk av at Reitan henvendte seg direkte til Listhaug da han snakket. Klager mener bildene viser at Listhaug reagerte negativt på Reitans utsagn fra talerstolen og at Reitan framstår som arrogant, respektløs og frekk. «Det er en vesensforskjell mellom situasjonen der Listhaug er tilstede, og situasjonen der hun ikke er tilstede. Om hun ikke er tilstede, kan Reitans ord passere som et polemisk angrep mot statsråden på et bransjeinternt arrangement, eller en dårlig spøk/mislykket forsøk på å være morsom. Om hun hadde vært tilstede, ville hans ordbruk vært fornærmende og utilbørlige. Det er de ikke når hun ikke er tilstede.»

Klager mener lyttebildene er «svært skadelige for Rema og Ole Robert Reitan» og at de gir et inntrykk av at Reitan er bøllete og at han mobber statsråden i en større forsamling. Det opplyses for øvrig at Reitan har tatt selvkritikk for sin opptreden.

Klager anfører videre at det også finnes lyttebilder fra samme sekvens av Orklas konsernsjef Peter Ruzicka. Det framstår som han lytter til Reitan med alvorlig mine. Klager opplyser at heller ikke Ruzicka satt i salen, men befant seg bak scenen i påvente av å skulle snakke etter Reitan.

Det anføres brudd på punktene 4.10, om varsomhet med bruk av bilder i annen sammenheng enn den opprinnelige, 4.11, om vern av det journalistiske bildets troverdighet, og punkt 4.12, om at aktsomhetskravene for bilder er de samme som for skriftlig og muntlig framstilling.

I tillegg anføres det brudd på plakatene punkterm 4.1, saklighet og omtanke, og 3.2, manglende kontroll av fakta, altså manglende kontroll av at «lytterne» faktisk satt i salen. Klager tviler på at NRK handlet i god tro, men må ha oppdaget eller i alle fall skjønnet at statsråden ikke lenger befant seg på møtet. Det vises til at det gikk over tre timer fra hun selv snakket og til Reitan kom på scenen.

Klager mener også NRK skulle ha brakt en beklagelse i tilknytning til neste sending av Brennpunkt, en uke senere, men så skjedde ikke skjedde. Det anføres brudd på punkt 4.13 om beklagelse og retting.

Rema 1000 mener også NRK brøt Vær Varsom-plakatens punkt 4.14, om rett til samtidig imøtegåelse. Dette fordi Rema 1000 ikke ble kontaktet da det i programmet ble opplyst at de store dagligvarekjedene har stengt Hval Sjokolade ute. Klager mener det skapes et inntrykk av at Rema 1000 har stengt Hval ute fra markedet. Det opplyses at en slik imøtegåelse ble gitt av Rema 1000s informasjonsdirektør, med en begrunnelse (palmeolje), men at dette ikke ble tatt med i programmet.

Klager mener videre at det foreligger brudd på plakatens punkt 3.2, fordi Brennpunkt unnlot å opplyse at Hval-produkter finnes i Rema 1000s sortiment i noen butikker i Vestfold, og i løssalgssortimentet under et annet navn.

Overordnet mener Rema 1000 at NRK har framstilt bedriften, og også NorgesGruppen, som virksomheter som har stort markedsmakt, og at Rema 1000 blir gjort til «syndebukk for skvising av leverandører, og at dette er urimelig». Det vises til en e-post fra Brennpunkt tidlig i desember 2014 med spørsmål om å få intervju Ole Robert Reitan om «høstjakt, konkurransesituasjon, priser og utvalg», mens den ferdige filmen var blottet for svar på de tilsendte spørsmålene. Det anføres brudd på plakatens punkt 3.7, om å gjengi meningsinnholdet i det som brukes. Mens NorgesGruppen fikk komme til orde med kommentarer til de samme temaene fikk Rema 1000 altså ikke de samme mulighetene, på tross av at det ble gjennomført tre intervjuer med Reitan og ett med kommunikasjonsdirektøren.

FORSØK PÅ MINNELIG LØSNING:

Det er ikke registrert forsøk på å løse saken i minnelighet.

TILSVARSRUNDEN:

NRK bekrefter at lyttebildene av Listhaug og Ruzicka ble klippet inn ved en feiltagelse, men avviser at dette ble gjort bevisst. Da programmet ble redigert, fire måneder etter opptakene, trodde man at Listhaug og Ruzicka hadde befunnet seg i salen og at Reitan hadde henvendt seg direkte til Listhaug. Det vises også til at personer som var til stede under konferansen, og som fikk se programmet før publisering, ikke reagerte på klippingen. Men NRK understreker at ansvaret uansett ligger hos redaksjonen.

«Straks vi ble klar over at vi hadde gjort denne feilen, beklaget vi måten denne sekvensen var redigert på. Vi kom med vår beklagelse i flere aviser, på våre egne nettsider, og på Brennpunkts egne konti i sosiale medier. I tillegg endret vi sekvensen med Reitans tale i den versjonen som er tilgjengelig på vår nettsjener, lyttebildene med Sylvi Listhaug og Orkla-sjef Peter Ruzicka ble fjernet fra dokumentaren.» Det anføres at NRK-medarbeiderne handlet i god tro, og at innklippingen av lyttebildene var rent fjernsynsteknisk og for å vise at alle hovedaktørene i dokumentaren var samlet på møtet. NRK mener også at klager overdriver hvilken skadevirkning lyttebildene hadde for Reitan og Rema 1000, og at eventuelle skadevirkninger på omdømmet ville skjedd uavhengig av hvem som lyttet til talen i sanntid.

NRK konkluderer slik på klagens del om lyttebildene: «Vi har erkjent at vi har gjort en feil. Men vi har i tråd med en av de viktigste tradisjonene bak Vær Varsom-plakaten beklaget og rettet opp dette. Vi mener derfor at vi ikke har brutt god presseskikk i denne saken.»

Med hensyn til klagens anførsel om utestengelsen av Hval Sjokolade anfører NRK at konflikten som omtales mellom den lille sjokoladefabrikken og matvarekjedene «handlet spesifikt om NorgesGruppen, ikke om Rema», og at Rema 1000 derfor ikke hadde noen rett til samtidig imøtegåelse.

NRK avviser også klagers anførsel om at Rema 1000s palmeoljepolicy ikke er omtalt i filmen. Det gjentas at det er Hvals problemer med å komme inn hos NorgesGruppen. «Vi kunne naturligvis ha fokusert på Rema 1000 også. I så fall måtte vi ha presisert at Rema 1000 ikke har vist interesse for merkevaren Hval, de har kun vært interessert i å ta dem inn for å produsere under Remas 1000 egen merkevare - det som kalles «private label»».

Angående manglende imøtegåelse på påstanden at dagligvarekjedene «skviser ut» små leverandører mener NRK at det ikke kan være noe presseetisk krav at hver enkelt kjede skal kommentere hver enkelt påstand i programmet. «Vi lot NorgesGruppen besvare dette, ettersom vårt konkrete eksempel handlet om NorgesGruppen.»

Med hensyn til den generelle påstanden om at det er de store kjedene som har ansvaret for de høye matvareprisene i Norge, mener NRK at Rema 1000s informasjonsdirektør fikk kommentere dette når hun uttalte seg om Rema 1000s arbeid med å vinne VGs lavprisbarometer.

Klageren mener rettingen og beklagelsen ikke var tilstrekkelig, i og med at dette ikke er tilstrekkelig tydeliggjort. Det vises til at den redigerte versjonen ligger på NRK.no (i nettspilleren) uten at den er merket som redigert/korrigert. Det gjentas også at det ikke ble brakt noen beklagelse i tilknytning til det påfølgende Brennpunkt-sendingen.

Klager avviser ellers ikke NRKs anførsel om at redaksjonen var i god tro, men anfører at det sentrale spørsmålet er hvor *aktsom* redaksjonen var. Det vises til at sekvensen med Reitan inneholder 13 nære lyttebilder. Klager kaller dette et «gjennomgripende journalistisk redigeringsgrep, brukt for å skape en ønsket effekt (...) og for Reitan og Rema 1000 meget negativ effekt». Klagen opprettholdes på samtlige anførte punkter.

Det anføres ellers i tilsvaret at NRK bevisst, ved hjelp av lyttebildene og annen tendensiøst klippen har fremstilt Reitans innlegg «som mer kontroversielt enn det faktisk var». Dette begrunnes med eksempler.

Med hensyn til klagepunktet om at Hval ikke får innpass hos de store dagligvarekjedene gjentar Rema 1000 at det ikke kan være tvil om at de to kjedene det er snakk om er Rema 1000 og NorgesGruppen, og at det ikke kan være tvil om at påstanden rammer Rema 1000 og dermed utløser en rett til samtidig imøtegåelse. Det anføres at påstanden er ukorrekt, Hval har fått innpass hos Rema 1000, med Påske-Hval, noe NRK var kjent med. Det pekes også på at om Rema 1000 hadde hatt en perifer rolle i dokumentarfilmen ville NRKs resonnement stått seg. Men det er Rema 1000 og NorgesGruppen programmet handler om, og derfor er imøtegåelsesretten, slik klager ser det, utløst. Det samme gjelder påstanden om misbruk av markedsrett.

Klager nevner også at NRK, på tross av PFU-sekretariatets oppfordring, aldri tok noe initiativ for å løse klagesaken i minnelighet.

NRK mener fortsatt det ikke foreligger brudd på god presseskikk og anfører at beklagelser og omredigering og handlemåte ellers i etterkant av at redaksjonen ble gjort oppmerksom på feilen, retter opp den skaden som opprinnelig ble påført klageren. Det vises også til at verken Listhaug (Landbruksdepartementet) eller Orkla/Ruzicka har reagert eller funnet det nødvendig å klage. NRK betviler også fortsatt at klageren er påført en slik omdømmeskade som det hevdes fra den siden.

Med hensyn til anførselene om at Brennpunkt har redigert den påklagede sekvensen på en uakseptabel måte, mener NRK at det er gjort vanlige journalistiske vurderinger og at det ikke har valgt ut passasjer for å fremstille Reitan i et dårlig lys.

Med hensyn til påstanden om utestengelse av Hval, viser NRK nok en gang til at dette handlet om forholdet mellom Hval og NorgesGruppen, og «Rema 1000s navn, eiere eller virksomhet er ikke adressert som en del av denne problemstillingen på noe tidspunkt».

Angående klagepunktet om at NRK har påstått at kjedene bevisst har stengt Hval ute anfører NRK at Hval-sjefen har kommet med generelle faktaopplysninger om at han ikke får innpass, noe som NRK mener ikke utløser en rett for Rema 1000 til samtidig imøtegåelse.

Angående kravet om imøtegåelse på markedsrett-påstanden, anfører NRK at Rema 1000 ikke konkret har angitt hvor i filmen imøtegåelsen skulle vært utløst. NRK kan ikke se at det var «sterke påstander av faktisk art som gjorde det presseetisk påkrevd at Rema 1000 fikk svare på dette».

