

PFU-SAK NR. 291/13

KLAGER: Bodø i Vinden ved styreleder Hans A. Nilsen
ADRESSE: Prinsens gate 113A, 8005 Bodø
TELEFON:
PUBLIKASJON: Bodø Nu (papir og nett)
PUBLISERINGSDATO: 18.04. og 03.05.2013
STOFFOMRÅDE: Politikk/næringsliv
GENRE: Nyhetsreportasje, lederartikkel
SØKERSTIKKORD:
REGISTRERT: 23.10.2013
BEHANDLET I SEKR.: 25.10.2013
BEHANDLES I PFU: 25.03.2014
FERDIGBEHANDLET: 25.03.2014
BEHANDLINGSTID: 152 dager
KLAGEGRUPPE: Organisasjon
PFU-KONKLUSJON:
HENVISNING VVPL.:
RETTSBEHANDLING:
OMTALE/ANONYM.:
MERKNADER: Klageren, Bodø i Vinden, har senere endret navn til Bodøregionen i Vinden. I saksframstillingen brukes det opprinnelige navnet, forkorte til BIV.

I og med at Bodø kommune også er kritisert i den innklagede artikkelen har sekretariatet innhentet samtykke fra kommunen, ved kommunikasjonsjefen. Vedlagt.

SAMMENDRAG:

Bodø Nu brakte i sin utgave **4/2013 (torsdag 18.april 2013)** en reportasje over ti sider om prosjektet Bodø i Vinden (BIV) og deres evaluering av sin egen kampanje Extreme City Makeover Bodø. På første side het det: «**Trikser seg til suksess**». Henvisningsteksten:

«**Bodø i Vindens omdømmekampanje fremstilles som en stor suksess i deres egen vurdering. Vi har gått bak selvkryt og statistikk for å finne sannheten om Extreme City Makeover Bodø.**»

Inne i avisen var tittelen, over to sider «**Kampanjebløffen**», og ingress:

«**Bodø i Vinden kalte sin kampanje Extreme City Makeover Bodø. Og ga seg selv topp skussmål etter å ha brukt 3,4 millioner kroner på en haug filmer og tung annonsering i riksmidia. Men er det bløffen som er det mest ekstreme ved denne kampanjen?**»

Artikkelens første avsnitt:

«**En grå og nyhetsfattig formiddag, 4. mars 2013: Plutselig utgår det et budskap fra**

Bodø kommune. I form av en pressemelding. Den handler om byens prestisjefulle omdømmeprosjekt, det såkalte Extreme City Makeover Bodø. En kampanje for Bodø by, med en amerikansk skuespiller i hovedrollen i flere filmer. Med egen nettside og massiv annonsering i riksmidia - gjennomført i oktober og november i fjor. 3,4 millioner kroner svidd av for å styrke Bodøs omdømme og sørge for økt tilflytting og økt rekruttering. I pressemeldingen vurderer Bodø i Vinden utfallet av sin egen kampanje. Og man er raus med godordene: Resultatene ...er svært positive, skriver kommunen. Ikke nok med det. Prosjektledelsen kommer med en klokkeklar konklusjon på eget arbeid: ...slike kampanjer er verdt å gjennomføre. Deretter lister pressemeldingen opp en hel rekke tall som skal dokumentere den glitrende egenvurderingen. Blant disse:

28 rekruttert til Bodøs arbeidsliv som et resultat av kampanjen.

46.000.000 visninger i digitale kanaler.

50.000 besøkte kampanjens nettside.

Én million mennesker har sett Bodø Gangnam Style, der muntre pensjonister forsøksvis danser som den sør-koreanske artisten Psy.

11 prosent av leserne til Dagens Næringsliv sier de vurderer å flytte til Bodø på bakgrunn av en nettannonse på dn.no. Det er imponerende tall. Og pressemeldingen funker. Flere medier biter på. Braksuksess for Extreme City Makeover Bodø, lyser hele forsiden på an.no. Men er tallene egentlig imponerende? Stemmer Bodø i Vindens dom over seg selv? Vi bestemte oss for å gå bak selvkrytet og den strålende statistikken.»

Hele den lange artikkelen er vedlagt.

Etter denne artikkelen følger Bodø i Vindens kommentarer over tre sider, med tittelen «- Har ikke forsøkt å lure noen som helst», og med slik ingress:

«Styreleder Hans Nilsen og prosjekt-leder Linda Dokmo mener Bodø i Vinden har vært en suksess, samme hva ekspertene og tallene sier.

I denne artikkelen får styreleder og prosjektleder mulighet til å kommentere de fleste påstandene i den foregående artikkelen. Artikkelen er vedlagt.

I samme avis, på side fire, hadde avisen en lederartikkel med tittelen «**Bodø i svindel'n**». Innledning:

«Vi har den siste måneden brukt ressurser på å gå Bodø i vinden og deres omdømmekampanje *Extreme City Makeover Bodø* etter i sømmene. Resultatet kan du lese over ni sider i denne utgaven av Bodø Nu.»

I lederartikkelen, som er signert avisens ansvarlige redaktør, gjentas påstander og beskyldninger som også framsettes i artikkelen inne i avisen. Redaktøren avslutter slik:

«Jeg har i utgangspunktet sympati for Bodø i vindens mandat, å styrke Bodøs muligheter på mange viktige områder. Men i dette tilfellet har man forsøkt å forføre og lure Bodøs befolkning, politikere, media og støttespillere. Det fremkaller ikke sympati.»

Fredag 3. mai 2013 publiserte avisen i tillegg en kommentarartikkel skrevet av avisens redaktør. Artikkelen hadde tittelen «Fullstendig misforstått Bodø-patriotisme». Her tok redaktøren for seg Bodø i Vindens reaksjoner på den omfattende artikkelen to uker **før**.

Torsdag 13. juni kom så en artikkel med tittelen «**Oppgitte kostnader: 8,4 mill. Reelle kostnader: 11,6 mill.**». Ingress:

«Offentlig har Bodø i Vinden opplyst at deres to omdømmekampanjer kostet til sammen 8,4 millioner. Regnskapet som er tilsendt finansieringspartnerne viser at de reelle kostnadene er over tre millioner mer.»

Bodø i Vindens prosjektleder er intervjuet om dette i artikkelen.

KLAGEN:

Klager er prosjektet Bodø i Vinden (BIV) ved prosjektets styreleder. Klager omtaler seg selv som «et omdømmeprojekt som skal bidra til å posisjonere Bodø og Bodø-regionen som et attraktivt bo- og arbeidssted». Det opplyses at prosjektet er et samarbeid mellom bedrifter og ulike institusjoner. Blant annet nevnes Bodø kommune, Universitetet i Nordland, Forsvaret og Avisa Nordland. Det opplyses at styreleder er Hans A. Nilsen fra firmaet iTet. Han er også formell klager. Den påklagede artikkelen er i vesentlig grad basert på prosjektorganisasjonens egen evaluering av kampanjen, og det er denne evalueringen Bodø Nu «har angrepet, og brukt ord som usannheter, svindel, juks og bedrag om».

Innledningsvis, under tittelen «Hva står striden om?» heter det:

«Bløffing. Triksing. Feilrapportering. Usannheter. Svindel, juks og bedrag. Det er grove beskyldninger Bodø Nu har brukt sin talerstol i det offentlige rom til å rette mot Bodø i Vinden, nærmere bestemt i en reportasje og intervju på til sammen 37 243 antall tegn, pluss en lederartikkel, en kommentarartikkel og en oppfølgingsartikkel. Denne redaksjonelle oppmerksomhetens dimensjoner kan sammenlignes med de største gravesakene i Dagens Næringsliv. Og slike harde beskyldninger og grove ordbruk pleier resten av norsk presse å spare til saker der svært alvorlige og kritikkverdige handlinger er blitt begått.»

Klager anfører at Bodø Nu selvsagt er i sin fulle rett til å sette et kritisk søkelys på Bodø i Vindens omdømmekampanje og presentasjonen av prosjektet, men at det burde være mulig uten en ordbruk «langt utenfor anstendighetens grense».

Det vises videre til at det innklagede materialet gir inntrykk av at Bodø kommune har vært ansvarlig for presentasjonen av kampanjens resultater og som i høy grad har stått for finansieringen av kampanjen. Klager understreker at det ikke er kommunen som står bak presentasjonen, og at kommunens (og dermed skattebetalernes) finansiering bare utgjør 14 prosent av den samlede økonomiske innsatsen.

BIV gjør i klagen et nummer av at Bodø Nus ansvarlige redaktør har skjult egne bindinger ved å unnlate å opplyse at han som tekstforfatter har levert tekster til en tidligere kampanje for BIV via reklamebyrået Riktig Spor, men at BIV valgte en annen samarbeidspartner til den nå omtalte kampanjen. Klager mener Bodø Nu skulle ha opplyst om redaktørens tidligere rolle, og også hans vennskap med Riktig Spors medarbeider, som er intervjuet i den påklagede artikkelen. Det er i klagen vist til flere tidligere saker der Pressens Faglige Utvalg

har slått ned på slike forhold. Det samme gjelder også bruk av en såkalt ekspertkilde, Sverre Bech-Sjøtun, som ifølge klager har hatt et nært forretningsmessig forhold til redaktøren.

Klager reagerer, som nevnt over, på avisens omtale av Bodø kommunes rolle. Det vises til at det i artikkelens innledning framstilles som om kommunen har sendt ut pressemeldingen om evalueringen av kampanjen. Klager skriver: «Men faktum er at Bodø kommune aldri har sendt ut en slik pressemelding. Dette er noe Bodø Nu har funnet på, trolig fordi den påståtte bløffen, svindelen, jukset og bedrageriet framstod som langt mer alvorlig hvis det var kommunen som stod bak. Det er en alvorlig faktafeil Bodø Nu har begått.» Det anføres at redaksjonen var vel kjent med dette, men at det likevel er framstilt som om det er kommunen som har begått den påståtte juksingen og svindlingen, og at det har vært viktig for BIV å tydeliggjøre at omdømmeprojektet ikke er kommunalt. Det understrekes også at prosjektlederen, som er kommunalt ansatt, er frikjøpt fra kommunen (64 prosent) og at hun rapporterer til BIVs styreleder. Det anføres at Bodø Nu ikke har korrigert omtalen av kommunens rolle i nettversjonene av det påklagede materialet.

BIV er kritisk til Bodø Nus kildebruk. Det vises til at fire såkalte ekspertkilder, omtalt i klagen som «eksperter», er valgt med omhu fordi de enten har en kjent skepsis til omdømmekampanjer for byer, fordi en av dem har en forbindelse til redaktøren og fordi en åpenbart har manglende kjennskap til prosjektet.

Klager bruker betydelig plass i klagen på imøtegåelsespunktet i Vær Varsom-plakaten. Det anføres at man i forkant av intervjuet med styreleder og prosjektleder, der deres kommentarer til påstandene i artikkelen, ikke fikk opplyst hvilke eksperter som var intervjuet og hvilke påstander de kom med. Klager mener at nå så ikke skjedde, at påstandene ble framført under intervjuet, så skulle det vært gitt mer tid i etterkant av intervjuet til utdyping og korrigeringer. Det vises til at det dreier seg om en kompleks sak med mye tallmateriale fra flere omfattende og detaljrike rapporter laget av eksterne samarbeidspartnere, og at det ikke ble gitt rimelig tid til sitatsjekk. «Vi fikk i praksis en time og førti minutter til å kvalitetssikre våre svar og be om endringer. Bodø Nu forsøkte her å presse oss på tid og satte oss derved i en vanskelig situasjon.» Det vises også til at redaksjonen var svært selektiv med hensyn til å imøtekomme BIVs krav til endringer.

Klager mener også det er problematisk med hensyn til imøtegåelsesretten ivaretas i en etterfølgende artikkel. «Etter å ha lest en artikkel på 25 871 tegn om tolkning av klikkrater, kampanjeresultater, fagterminologi i markedsføring osv., hvor mange lesere orker deretter å lese et intervju med dem som angripes? Og hvor mange klarer å holde tråden fra den 25 871 tegn store saken med mye teknisk og tallbasert informasjon, og koble beskyldningene her til svarene i intervjuet?» Det vises i tillegg til at det i nettversjonen kun er lenket til imøtegåelsen, og at imøtegåelsen er vesentlig forkortet i nettversjonen. Klager ber PFU vurdere om Bodø Nu har oppfylt kravet i Vær Varsom-plakatens punkt 4.14 ved å håndtere den samtidige imøtegåelsen på denne måten.

Det vises til det samme punktet med hensyn til påstander i lederartikkelen «Bodø i svindel'n» og kommentarartikkelen «Fullstendig misforstått Bodø-patriotisme». Det henvises til at det er brukt ord som svindel, feilrapportering, juks og bedrag uten forbehold. Klager mener dette er påstander som utløses rett til samtidig imøtegåelse, selv om de forekommer i kommentarartikler.

Begrepet «visninger» står sentralt både i artikkelen og i klagen. Slik klageren ser det, har Bodø Nu skapt et inntrykk av at BIV har språklig sminket og i beste fall bløffet om at

kampanjen har hatt 46 millioner visninger på nett. Klager viser til at «visninger» er et etablert begrep i markedsføring og at det er antall lesere som får eller gis anledning til å se en annonse. Det er ifølge klageren ikke slik Bodø Nu framstiller det, at man aktivt tar del i observasjonen av noe. Klager mener Bodø Nu bevisst har søkt å skape tvil om noe som det ikke er tvil om. Visning 46 millioner ganger forteller ikke noe om hvor mange som har sett annonsen, ei heller hvor mange som har tatt aktivt del i den. Klager viser til at Bodø Nu ikke var mottakelig for korrigering av dette inntrykket i forbindelse med sitatsjekken, og det understrekes at BIV ikke har forsøkt å lure noen i forbindelse med bruken av uttrykket «visninger».

BIV kaller Bodø Nus «regnestykke», der en av "ekspertkildene" deler kostnadene for kampanjen med antall visninger (46 millioner), for en vesentlig feil. «Her gjør den såkalte eksperten Bech-Sjøtun en grov feil idet han tar kampanjens totalbudsjett og deler på antall klikk for å få prisen per klikk. Men kampanjens totalbudsjett inkluderer jo en rekke ulike aktiviteter, og man kan selvsagt ikke regne ut prisen per klikk slik Bech-Sjøtun gjør.» Det vises til at det dreier seg om en rekke langsiktige investeringer utover en måneds markeds kampanje i digitale kanaler.» Det anføres at BIV aldri ble presentert for denne utregningen og at man derfor var forhindret fra å kommentere det.

En annen alvorlig feil, ifølge klager, er å hevde at BIV påtar seg æren for å ha skaffet DIPS 100 jobbsøkere. (DIPS er bedriften som leverer systemer for elektroniske pasientjournaler til sykehus over hele landet. Bedriften har hovedkontor i Bodø.) BIV anfører at dette er tall som DIPS selv har oppgitt, og at man først får kommentere dette i imøtegåelsesintervjuet mange sider senere.

BIV gjør videre ett nummer av at Bodø Nu hevder at 700 personer klikket seg inn for å sende mail til det prosjektet kaller ambassadører, mens realiteten er at ambassadørene fikk i underkant av femti mailer. BIV viser til at man aldri hevdet at ambassadørene fikk 700 henvendelser, men at det ble registrert 700 klikk på kontaktskjemaet. Dette fikk heller ikke klager kommentere.

BIV reagerer også på at Bodø Nu har brukt opplysninger fra i en rapport fra Dagens Næringsliv om respons på en annonse feil. Klager mener Bodø BU ikke har satt seg tilstrekkelig inn i materialet. Det samme gjelder også, ifølge klager, utsagn fra ekspertkilde om at BIV tolker mer inn i kampanjeresultatet enn det som er korrekt. Dette gjelder en påstand om at BIV har tatt en omtale i National Geographic til inntekt for kampanjen.

Videre anføres det at flere kritiske påstander fra ekspertkildene knyttet til hvordan BIV har målt resultatene av kampanjen ikke ble presentert for BIV. Det samme gjelder en påstand knyttet til en film laget av Bodø kommune, Bodø Gagnam Style. BIV ble ikke presentert for påstanden om at filmen ikke har hatt effekt.

Klager er uenig i Bodø Nus påstand om at klikkraten for annonseringen er en fiasko. Det dreier seg om at det er registrert 50.000 klikk på 46 millioner visninger. En av avisens eksperter kaller det en fiasko, mens BIV hevder å ha grunnlag for å hevde at dette er et bra resultat.

Avslutningsvis i den omfattende klagen tar BIV sjølkritikk på ett punkt. Det anføres at man har feiltolket tallene fra annonseringen på VG Nett feil, og at Bodø Nus kritikk av dette er betimelig. Men klager mener dette ikke kan være grunnlag for å hevde at BIV farer med usannheter, bløff, triksing og så videre.

Helt til slutt ber klager PFU vurdere tittelbruken i det påklagede materialet opp mot Vær Varsom-plakatens punkt 4.4 og punkt 4.1, om saklighet og omtanke.

Klager anfører også at Bodø Nu har unnlatt å omtale de mange positive effekter kampanjen har hatt.

FORSØK PÅ MINNELIG LØSNING:

Det er ikke registrert noe initiativ med sikte på å løse saken i minnelighet.

TILSVARSRUNDEN:

Bodø Nu mener det er utført «et grundig og sjeldent stykke undersøkende journalistikk, i hvert fall i bodømålestokk». Videre: «På den annen side har klagen tydeliggjort overfor vår lille redaksjon på hvilke områder vi kunne gjort en grundigere jobb. Uten at vi mener disse punktene tilsier en fellende uttalelse fra PFUs side.

Avisen tar så systematisk for seg BIVs klagepunkter, og begynner med påstandene om nære forbindelser mellom ansvarlig redaktør og reklamebyrået Riktig Spor, som var involvert i første del av kampanjen. Avisens redaktør avviser kategorisk påstandene og anfører at det eneste utgangspunktet for den påklagede omtalen er pressemeldingen fra prosjektet. Det samme gjelder også forbindelsen til en av ekspertkildene, Bech-Sjøthun.

Avisen mener også at BIV «nærmest er spektakulær» når den omtaler kildebruken. Bodø Nu mener ikke noe er klanderverdig med hensyn til hvilke kilder som uttaler seg i det påklagede materialet.

Om tilknytningen til kommunen:

Ifølge Bodø Nu har BIV et sterkt kommunalt preg. Initiert fra kommunen, i betydelig grad finansiert av kommunen, prosjektleder ansatt i kommunen, adressen er kommunen og kommunens informasjonsavdeling var involvert i forbindelse med publiseringen av pressemeldingen. Videre mener avisen klager tilslører den kommunale finansieringen, i og med at ni millioner kroner som ble overført fra fylkeskommunen ble kanalisert videre til prosjektet. Bodø Nu mener derfor det korrekte kommunale tilskuddet er 12,6 millioner, nøyaktig femti prosent av finansieringen.

Om samtidig imøtegåelse heter det i tilsvaret:

«Da tiden var kommet for et intervju med prosjektleder Linda Dokmo og hun innså at dette var en kritisk reportasje, gjorde hun seg i en lengre periode utilgjengelig. Vi gjorde gjentatte forsøk på å få til et intervju. Vi gjorde den første intervjuhenvendelsen til Dokmo mandag 18. mars, nøyaktig en måned før vi skulle ut med magasinet. Det anføres at det er Dokmo som er leder for prosjektet, og som fronter det. «Store deler av vår kritikk gikk mot Dokmo og hennes formidling av resultater – og det var hun som hadde signert den omtalte pressemeldingen.

Torsdag 4. april – to uker før magasinet skal ut – kontakter vi på nytt Dokmo med forespørsel om intervju. Heller ikke denne gangen vil hun stille. Hun ber om å få vite

innholdet i kritikken. Vi sender henne hovedpunktene i denne: At dette gjelder BIVs egenvurdering av kampanjen, satt opp mot de faktiske tall og eksperters vurdering. Mandag 8. april – i samme mail hvor vi gir Dokmo navnene på ekspertene som har uttelt seg – spør vi på nytt om intervju.

Tirsdag 9. april innser vi at vi ikke får snakke med Linda Dokmo, om ikke styreleder Hans Nilsen er med. (Bodø Nus understrekninger.)

Torsdag 11. april er denne avtalen på plass – etter nesten en måneds forsøk på å få et intervju.

Intervjuet skjer mandag 15. april kl 09.00. Det opplyses videre at intervjuet måtte avbrytes klokken 10.00 og at det ble gjenopptatt kl 15.30 samme dag.

Påfølgende dag ble det gjort telefoniske oppfølgingsspørsmål, og artikkelutkast ble oversendt per e-post samme dag kl. 14.28, med beskjed om at tilbakemeldingen måtte foreligge innen kl. 1600. «Vi mottar deres respons kl. 16.04, og tar hensyn til noen av deres foreslåtte endringer, mens andre blir stående som de var, etter en redaksjonell vurdering. BIV har på dette tidspunkt ingen merknader med tanke på kort svarfrist. Vi registrerer ingen innvendinger eller protester. Vi ser imidlertid at det var uheldig med så kort tid til gjennomgang av eget tilsvare. Men: Vi forsøkte å få i stand en intervjuavtale i land tid før dette. En måned før og ved en rekke forsøk.» Det vises også til at om ikke intervjuet var blitt avbrutt ville BIV hatt cirka ett døgn til å se på tilsvaret – i stedet for halvannen time.

Når det gjelder klagepunktet om at det i nettutgaven ble lenket til imøtegåelsen, mener Bodø Nu dette var eneste hensiktsmessige løsning. Med hensyn til at halvdelen av imøtegåelsen var borte i nettversjonen beklager redaksjonen dette og omtaler det som et arbeidsuhell, som man ikke er blitt kjent med før klagen til PFU kom. Da ble dette umiddelbart rettet opp.

Om svindel-insinuasjon:

Ansvarlig redaktør anfører at han innestår fullt og helt for påstandene i lederartikkelen og viser til at denne er basert på faktiske forhold som avisen har avdekket. Redaktøren mener det ikke reises nye problemstillinger i lederartikkelen som klager har fått imøtegå i «imøtegåelsesintervjuet» i samme avis.

Om begrepet visninger:

Bodø Nu mener det ikke er vanskeligere å kjøpe visninger enn å kjøpe brød, og gjentar sin påstand om at BIV aktivt har forsøkt å forføre folk og samarbeidspartnere med oppsiktvekkende tall, «som egentlig ikke er noen prestasjon i det hele tatt». Redaksjonen mener det ikke kan være feil å knytte visninger til personer – i og med at det tross alt er personer som blir eksponert for nettsider. Og understreker at Dokmo ble sitert på at man ikke kan vite hvor mange personer som har sett annonsen.

Om prisen på klikk:

Bodø Nu mener det måtte være relevant å regne ut en klikkpris i relasjon til kampanjens kostnad. «Ikke som en fasit, men som et element som setter kampanjens kostnad i perspektiv.» Om imøtegåelse på dette punkt: «Vi konfronterer ikke BIV – ikke akkurat med utregningen på 69 kroner (per klikk: sekr. anm.) – men med eksperter som kaller klikkraten for en fiasko samt at man bare klarte å oppnå 50.000 besøkende til hjemmesiden. Dette er identisk problemstilling. Med dette mener vi at BIV har fått svare for seg på dette punkt.»

Om søkere til DIPS:

Redaksjonen anfører at både BIV og DIPS bekrefter at det dreier seg om tall, hundre søknader, som ikke kan bekreftes, mens BIV i pressemeldingen helt bombastisk tar æren for disse søknadene. «Det er en linje fra BIVs side her, som handler om å bruke usikker informasjon og feilaktige data, til å fremme fortellingen om egen suksess. Dette er selve hovedlinjen i vår reportasje.»

Om mail til ambassadører:

«Ambassadørsatsingen var tilsynelatende mislykket, men ved å bruke tallet 700 får man den til å fremstå som en suksess. BIV får svare på kritikken og presiserer hva BIV etter sigende har ment.»

Om DNs rapport:

«Dette er jo hele reportasjens kjerne: BIV, som har et stort ansvar for å rapportere korrekt overfor media, befolkning, samarbeidspartnere og myndighet, har gjennomgående kun benyttet de positive tallene i sin pressemelding. Og BIV har i tillegg manipulert og bløffet rundt disse tallene. Da er det vår oppgave å avdekke dette.»

Om National Geographic:

Det anføres at det er BIV som velger å ta dette med i sin presentasjon. Bodø Nu peker på at dette ikke er et viktig kritikkpunkt fra avisens side, men at det igjen understreker prosjektleders evne til å bruke alle omstendigheter til å stille kampanjen i et mest mulig positivt lys. Redaksjonen beklager at BIV ikke fikk svare på dette punktet. Det understrekes at dette var en glipp fra redaksjonens side.

Om imøtegåelse av beskyldning om mangelfull måling:

Redaksjonen mener BIV fikk sin rettmessige imøtegåelse her. Det vises til relevant formulering i «tilsvarsintervjuet».

Om Gagnam Style-filmen:

Også her mener Bodø Nu BIV fikk svare godt for seg.

Om klikkraten:

Redaksjonen viser til at den har reist spørsmålet, sitert kilder, og latt BIV svare.

Om tolkningen av tallene fra VG:

Redaksjonen mener BIV for første gang innrømmer at det var feil å bruke «vet ikke»-kategorien som positiv. «BIVs juks på dette punktet snur resultatet fullstendig på hodet.»

Bodø Nu mener det påklagede materialet kan kritiseres på tre punkter. At BIV fikk liten tid til å kommentere gjengivelsen av sin egen imøtegåelse. Men det vises samtidig til at BIVs motvilje var medvirkende til dette.

Videre at imøtegåelsen ble kuttet i nettutgaven. Men det vises samtidig til at klageren ikke tok umiddelbar kontakt om dette.

Endelig – at påstanden fra kilden Tangen om National Geographic ikke ble forelagt BIV. Men her understrekes det at dette ikke er det alvorligste elementet i reportasjen og at påstandene framstår som synsing.

Bodø Nu ber PFU bedømme de tre punktene i lys av en helhetsvurdering.

Avisen avslutter sitt tilsvare med å gå gjennom den omtalte pressemeldingen fra BIV, og «resultatet av vårt journalistiske arbeid under hvert punkt».

Helt til slutt: «Vi mener å ha avdekket at BIV systematisk har tildekket sannheten om resultatene av kampanjen. Dette ved å konsekvent selektene de tall som setter kampanjen i et best mulig lys. Men også ved å bedrive språklig manipulasjon og ved å fare med direkte usannheter. Det samlede mengden av slikt juks, taler for at dette er gjort ved bevis(s)t og systematisk handling. Vi mener å ha gjort en grundig jobb – også sett i forhold til pressens etiske retningslinjer.»

Bodø i Vinden opprettholder klagen. Klager sammenfatter sin klage slik:

«Spørsmålet vi har reist i vår klage på Bodø Nu, er om det BIV har formidlet om omdømmekampanjen rettferdiggjør en ni sider lang reportasje i Bodø Nus papirutgave og en nettartikkel der ord som bløffing, triksing, usannheter, svindel, juks og bedrag er brukt for å beskrive BIVs informasjon.»

BIV tar så for seg Bodø Nus tilsvare:

Om redaktørens relasjon til Riktig Spor:

BIV opprettholder anførselen om at Bodø Nus redaktør «hadde en forretningsmessig relasjon til byrået Riktig Spor bare ett år før den påfølgende kampanjen Bodø Nu har gjort sitt beste for å skandalisere». Klager mener avisen skulle opplyst om dette i artikkelen. Videre mener BIV at redaksjonen på samme måte skulle ha opplyst at også kilden Sverre Bech-Sjøthun hadde en mulig binding til redaktøren.

Foreholdet til kommunen:

BIV omtaler dette som et av de mest sentrale punktene i klagen. Det understrekes at det ikke dreier som bruk av offentlige skatte kroner, men et prosjektsamarbeid der kommunen er en av partene. «BIVs øverste organ er styret som tar alle strategiske, taktiske og operasjonelle beslutninger. Disse beslutningene ligger utenfor Bodø kommunes kontroll.» BIV kritiserer også Bodø Nu for å ha omtalt at det ble sendt ut en pressemelding om resultatene av kampanjen. «Mot bedre viten har Bodø Nu lest en artikkel på Bodø kommunes nettsted under kategorien AKTUELT, og kalt dette en pressemelding fra BIV.» Det avvises også at midlene fra fylkeskommunen kan kalles kommunale, selv om de rent praktisk ble formidlet via kommunen. Det understrekes at disse pengene ikke kunne vært brukt til noe annet enn prosjektet, fordi de var øremerket til det.

Om samtidig imøtegåelse:

BIV har en helt annen framstilling av kontakten mellom redaksjonen og BIVs ansvarlige før publisering. BIV avviser at man har gjort seg utilgjengelig, og at Bodø Nus journalist gjentatte ganger ble informert om at det var styreleder, og ikke prosjektleder, som skulle kontaktes for kommentarer. Det anføres også at det var redaksjonen som foreslo tidspunkt for intervjuet, dagen før avisen skal i trykken, mens styreleder har vært tilgjengelig for intervju fra dag en. Det vises også, på nytt, til manglende tid for sitatsjekk påfølgende dag.

Om «visninger» og «pris per klikk»:

BIV gjentar her sin argumentasjon fra den opprinnelige klagen. Det anføres at BIV aldri har hevdet at 46 millioner personer har sett annonsen, og at utregningen av pris per klikk er helt villedende, fordi kampanjemidler er brukt til mye mer enn nettannonser.

BIV avslutter sitt omfattende tilsvaer med en oppsummering:

Bodø i Vinden (BIV) er ikke Bodø kommune.

Verken BIV eller kommunen har sendt noen pressemelding til Bodø Nu 4. mars 2013

Kommunen finansierer ikke «i høy grad» BIVs drift og aktiviteter.

BIV fikk ikke fullgod imøtegåelse.

BIV gjorde seg ikke utilgjengelig.

Å bruke ordet «visninger» er i tråd med vanlig praksis, men BIV har aldri hevdet at 46 millioner mennesker har sett annonsen.

Bodø Nus beregninger av pris per klikk er feil, og BIV er ikke konfrontert med dette.

Bodø Nus omtale av klikkrater er ikke i tråd med anerkjente vurderinger.

Bodø Nu tok ikke med andre halvdel av imøtegåelsen i nettutgaven.

Antall rekrutterte til DIPS er ikke tatt ut av luften, men tall oppgitt av DIPS.

Klager anfører at det ikke var dekning for å bruke ord som triksing, svindel, bløff, juks og bedrag.

Bodø Nu har levert et kortfattet siste tilsvaer. Redaksjonen anfører at man aldri har hevdet at BIV er Bodø kommune. Angående begrepet «pressemelding» konstaterer avisen at det dreier seg om en artikkel på prosjektets hjemmeside som BIV ville ha mediedekning på. Bodø Nu kaller dette en pressemelding, BIV kaller det en nyhetsartikkel.

Bodø Nu gjentar sin påstand om at kommunen finansierer 50 prosent av BIVs virksomhet, delvis gjennom kommunale midler og delvis gjennom fylkeskommunale midler sluset gjennom kommunen. Videre vises det til at prosjektet er plassert under Team Bodø KF - «altså et kommunalt foretak».

Angående mulighet for og tid til samtidig imøtegåelse anfører Bodø Nu til at den daglige lederen for prosjektet nærmest er umyndiggjort i tilsvaret fra BIV. Avisen viser til at lederen «med den største selvfølgelighet lar seg intervju om enhver (positiv) sak som har med BIV å gjøre». Bodø Nu viser ellers til sin første framstilling av prosessen før publisering og mener at BIV selv må ta skylden for at det ble så trangt med tid på slutten. «Men viktigst: Som vår reportasje viser, har BIV fått svare for alle de vesentlige kritikkpunkter i et fyldig tilsvaer over nesten to sider.»

Tilsvaret avsluttes slik:

«Vi har avslørt hvordan en sentral samfunnsaktør, med kommunen og flere store bedrifter i ryggen, bevisst og gjennomgående har jukset og sminket med fakta for å stille seg selv i et bedre lys. Vi har jobbet grundig og systematisk med reportasjen – ikke minst i forhold til imøtegåelse.

PFU-klagen fra BIV, i samlet størrelse tykkere enn de fleste bøker om presseetikk, har vi måttet reflektere over og tatt ytterligere læring fra. Det har vært nyttig for meg og mine medarbeidere.

Vi har kritisert oss selv på noen få punkter, og vi er forberedt på kritikk fra PFU, men vi mener at ingen av disse punktene er så vesentlige at de skal medføre brudd.»

