



PRESSENS
FAGLIGE UTVALG

PFU-SAK NR. 255/18

KLAGER: Maison Malou AS ved Stine Steen
PUBLIKASJON: Bonytt
PUBLISERINGSDATO: Nr.13/2018 (nov.)
STOFFOMRÅDE: Diverse
SJANGER: Reportasje
SØKERSTIKKORD: Journalistisk integritet og troverdighet, dobbeltrolle, skjult reklame, rette feil
REGISTRERT: 06.12.2018
BEHANDLET I PFU: 27.02.2019
BEHANDLINGSTID: 83 dager
KLAGEGRUPPE: Næringsdrivende
PFU-KONKLUSJON:
HENVISNING VVPL.:
OMTALE/ANONYM.:
MERKNADER:

SAMMENDRAG:

Bonytt publiserte i utgave nr. 13 i 2018 en boligreportasje med tittelen «Et anstrøk av jul». I byline ble det opplyst:

«TEKST: EVA HØYDALSVIK STYLING: TONE KROKEN
FOTO: FILIPPA TREDAL»

Reportasjen viste bilder fra hjemmet til en kvinne som startet opptrappingen til jul i november. I bildetekstene ble det referert til hvor flere av de avbildede gjenstandene (interiøret) var kjøpt. I en tekst til et bilde fra stua som blant annet viste et mønstret gulvteppe, sto det (bladets side 98):

«Stuen preges av teksturene i kalkmalingen fra Pure & Original, i fargen River Silt. Taklampen er Krusning fra Ikea, designet av Sigga Heimis. Sofaen er også fra Ikea, modulmodellen Söderhamn, fylt med puter fra Home & Cottage og Milla Boutique. Gulvteppet er fra lazydays.no, puffen fra Home & Cottage og veggdekorasjonen fra Au Maison. De to små bordene er fra Eske, Bowl fra Mater og O table fra Ox Denmark. Vasene er fra w22.no.»

KLAGEN:

Klager er eier av en interiørbutikk som reagerer på omtalen av det avbildede gulvteppet i reportasjen. Hun opplyser at teppet er kjøpt i hennes butikk, men at det i artikkelen vises til en annen, butikken til stylisten i reportasjen. Klager skriver: «Det er meget uetisk å la stylisten få reklamere for egne produkter/butikk når hun lager artikler for Bonytt. Når det i tillegg ikke medfører riktighet at teppet er fra hennes butikk er det langt over streken for god presseskikk og bryter med følgende punkter i vær varsom plakaten; 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.6, 2.7 og 2.8.»

Slik klager ser det, har stylisten hatt en dobbeltrolle idet hun både har jobbet som stylist i bladet og lagt inn «skjult reklame» for eget merke. Klager tilføyer: «Julenummeret til Bonytt er årets største, så at dette fører til mersalg/større etterspørsel av hennes produkter er utvilsomt.»

Klager opplyser å ha vært i kontakt med Bonytts redaktør og bedt om rettelse, jf. VVP 4.13. Klager skriver: «Jeg ønsket at de trykket riktig informasjon i neste papirutgave samt på nett, noe redaktør Kriss Daatland ikke ønsker å gjøre.»

FORSØK PÅ MINNELIG LØSNING:

Partene har vært i kontakt, uten at dette har ført fram til noen minnelig løsning.

TILSVARSRUNDEN:

Bonytt opplyser at den påklagede reportasjen hadde informasjon i bildetekstene om produktene som var avbildet i det aktuelle hjemmet, noe som er vanlig. Det handler om service til leseren, forklarer Bonytt, som legger til at bladet alltid etterstreber så korrekt informasjon som mulig.

Bonytt skriver: «Informasjon om hva som ses på bildene har journalisten som utarbeidet teksten fått av stylisten. Da vi mottok saken til gjennomsyn og redigering, registrerte vi at teppet på bildet av sofagruppen er kreditert lazydays.no. Teppet er godt synlig og dessuten et slikt som [stylisten] gjerne tar med seg hjem fra stadige reiser til Marokko, så vi valgte å la informasjonen stå selv om lazydays.no er [stylist] Krokens egen side, fordi mange ville kunne lure på hvor dette kom fra. Med vårt kjennskap til Kroken gjennom mange års samarbeide var det ingen grunn til å tro at hun skulle ha gitt ukorrekte opplysninger i sin favør.»

Bonytt forklarer videre hva som er årsaken til at det ble publisert feilaktige opplysninger: «[Stylisten] hadde vært helt sikker på at teppet var med blant stylingsakene i bilen og var blitt benyttet under opptaket.»

Redaksjonen opplyser å ha beklaget overfor klager, men at den vurderte det som uriktig å publisere en beklagelse: «[Klager] Steen insisterte på å få en rettelse i bladet, det vurderte vi som uriktig ettersom dette er ment som lezerservice og ikke tekstreklame. Opplysningene slik de sto førte ikke til ulempe for leseren, en endring av informasjonen ville ikke være vesentlig. Skulle noen imidlertid kontakte oss og ha spørsmål om produktet, vil vi naturligvis opplyse om hvor det konkrete teppet kommer fra. Vi tilbød likevel å rette opp

dette med en post av bildet og korrekt kreditering på vår Instagramkonto med 70 000 følgere. Ved dekning av private hjem som dette, er det ingen selvfølge å oppgi hvor *alle* gjenstander er kjøpt. Det er verken gjennomførbart eller interessant for leseren. Så dette mente vi var et godt tilbud for å imøtekomme klager Stine Steen/ Maison Malou.»

For øvrig påpeker Bonytt at deres frilansere oppfordres til «å kreditere produkter med produsent el. agentur, ikke butikker».

Bonytt mener dessuten at «Bonytt og andre interiørmagasiner har til oppdrag å skape underholdende innhold som inspirerer folk til å fornye sin bolig», og redaksjonen legger til: «Vi anstrenger oss for å gi leseren den informasjonen de trenger. Det mener vi at vi også har gjort i dette tilfellet, og selv om vi beklager feilen som oppsto mener vi at dette ikke er et brudd på god presseskikk.»

Klager fastholder at riktig butikk skulle vært kreditert, og at Bonytt skulle informert om feilen.

Klager skriver: «Når mange vil lure på hvor teppet kommer fra sier det seg selv at det er meget god reklame for bedriften produktet kommer fra. Julenummeret er årets største, og å tilby å publisere bildet på instagram i etterkant kan absolutt ikke sammenlignes på noen måte med produktomtale i selve bladet.»

Videre er klager skeptisk til redaksjonens forklaring om at stylisten skal «ha trodd» det var hennes eget teppe. Klager opplyser å kjenne til stylisten «og hennes arbeidsmetoder da hun to ganger har gjort reportasjer i [klagers] hjem».

Klager skriver: «Hun bruker svært ofte marokkanske tepper i sine reportasjer, og hun har 100% kontroll på hvilke hun skal bruke. Hun har også ekstremt god kontroll på hjemmet hun skal gjøre reportasjen i, og siden hun har fulgt eieren av huset reportasjen ble gjort i på instagram i flere år, betviler jeg sterkt at hun ikke visste hvor teppet kom fra. Teppet ble kjøpt av oss flere år tilbake i tid og har figurert på mange bilder på instagram.» Klager mener også at stylisten skriver produkt-tekst «og sender over til eier av hjemmet før det publiseres for korrigerings». Klager finner det derfor «meget usannsynlig» at det handler om en misforståelse.

Bonytt har ikke hatt ytterligere kommentarer.