

Udskriftsdato: 15. december 2025

KEN nr 9231 af 21/05/2013 (Gældende)

Pressenævnets kendelse i sag nr. 13-70-00429

Ministerium: Justitsministeriet

Journalnummer: 13-70-00429

Pressenævnets kendelse i sag nr. 13-70-00429

Resumé

DR's program *Kontant* bragte en udsendelse om et firma, der går ud på at eksisterende partnere skal få nye til at investere i selskabet. Her sagde en anonym kilde, at vedkommende frygtede for sin sikkerhed, mens en anden frygtede repressalier. Det lyder som om, det var firmaet, de frygtede, men det var der ikke belæg for. Derfor får DR kritik af Pressenævnet.

Pressenævnets begrundelse og afgørelse:

Pressenævnet bemærker indledningsvis, at det ligger uden for nævnets kompetence at pålægge et medie at udlevere råmateriale. Det ligger endvidere uden for nævnets kompetence at tage stilling til, om retsplejelovens bestemmelser om kildebeskyttelse kan anvendes.

Klagens rettidighed

Klage over DR's overtrædelse af god presseskik skal først indgives til DR. Dette skal ske inden fire uger efter offentliggørelsen jf. medieansvarsloven § 34, stk. 3. Klage til Pressenævnet over DR's svar skal indgives senest fire uger efter, at svaret er kommet frem til klager, jf. medieansvarslovens § 34, stk. 3, sidste punktum.

Udsendelsen blev bragt den 30. oktober 2012. Klage blev indgivet til DR den 26. november 2012 med supplerende breve af 5. december og 27. december 2012. DR har den 3. december 2012 og den 21. januar 2013 afvist at behandle de klagepunkter, der er indeholdt i brevene af 5. december og 27. december 2012, med henvisning til, at klagefristen er overskredet, medmindre klagepunkterne også fremgår af brevet af 26. november 2012. DR har samtidig vejledt klager om muligheden for at klage særskilt over dette til Pressenævnet senest fire uger efter DR's svar. Klager ses ikke at have klaget til Pressenævnet over DR's afvisninger forud for klagen af 26. februar 2013.

Pressenævnet finder, at nye klagepunkter, der er fremsat over for DR efter udløb af klagefristen, ikke er rettidige, jf. medieansvarslovens § 34, stk. 3. Derimod finder nævnet, at de underbyggende kommentarer mv. til den oprindelige klage af 26. november 2012 i brevene af 5. og 27. december 2012 kan indgå.

Korrekt information

Det følger af de vejledende regler for god presseskik, at det er massemediernes opgave at bringe korrekt og hurtig information. Så langt det er muligt, bør det kontrolleres, om de oplysninger, der gives, er korrekte jf. punkt A.1.

Pressenævnet finder, at udsagnene "... og du har gået konkurs ...", "... vi har fået en stribe mails fra jer seere, som føler sig snydt...", "Direktør [Person A] forklarer, at firmaets store omsætningsfremgang stammer fra gavekortauktionen...", "...indløsningen af gavekortene kræver, at hun betaler det samme beløb én gang til af egen lomme...", "[Person B] er bare én ud af flere hundrede danskere, som via deres venner er blevet overtalt til at investere i DubLi...", "I sin bank får [Person B] at vide, at hun skal bruge DubLis tilladelse til at sælge aktierne, og at det vil koste godt 8.000 kroner.", "Jeg ved, at der er nogle af mine kollegaer, de har over 200.000 i manko på det her, i gennemløbende år allerede.", "Der er folk, der har belånt deres hus, der har taget nye lån op

for at kunne deltage i det her cirkus.”, ”Jamen jeg har i hvert fald omsat for to millioner danske kroner. I hvert fald – og det er lavt sat. Jeg har sandsynligvis omsat for tre.”, ”Ja, det lyder jo bestemt ikke rart, og det er slet ikke den version, man får, når man er til hvervemøde hos DubLi” og ”Hun blev ”lokket” ind i DubLi for et år siden” indeholder faktuelle oplysninger.

Parterne har afgivet modstridende forklaringer om, hvorvidt de nævnte oplysninger er korrekte og om, hvorvidt de eksperter, som udtaler sig i udsendelsen, udtaler sig på et rigtigt eller forkert grundlag. På grund af de begrænsede muligheder for at føre bevis for Pressenævnet kan nævnet ikke tage stilling til, hvilke forklaringer der er de rigtige. Nævnet udtaler derfor ikke kritik af DR for manglende dokumentation for oplysningerne.

Nævnet finder, at udsendelsen ikke indeholder påstande om, at DubLis koncept er et ”pyramidespil”, og nævnet finder derfor heller ikke på dette punkt grundlag for kritik af DR.

Derimod finder tre af Pressenævnets medlemmer - Thomas Rørdam, Lene Sarup og John Meinert Jacobsen - at udsagnene ”Men du har valgt at være anonym – hvorfor det? [...] Så du frygter simpelthen for din sikkerhed? Ja, det gør jeg, det er der ingen tvivl om.” og ”Denne unge mand har henvendt sig til os efter mødet i Odense. Han vil gerne være anonym af frygt for repressalier.” giver indtryk af, at det er DubLi, som de anonyme kilder frygter. Det er der ikke belæg for. Derfor får DR kritik på disse punkter. Det kan ikke føre til et andet resultat, at det efter det oplyste ikke har været DR’s hensigt at give indtryk af, at det er DubLi, som de anonyme kilder frygter.

Et medlem – Hans Peter Blicher – finder, at Kontant har ladet to kilder optræde anonymt, da kilderne efter eget udsagn er bange for repressalier. Kildernes frygt fremstår uspecifik og peger hverken direkte eller indirekte mod DubLi Inc, DubLi Network eller DubLi.com - i det følgende omtalt som DubLi. Heller ikke i udsendelsen i øvrigt hævdes det direkte eller antydningssvis, at DubLi skulle have udvist truende adfærd. Hvilket indtryk seerne får af de pågældende udsagn er derfor spekulativt. Følgelig kan udsagnene ikke give anledning til kritik.

Der afsiges kendelse efter flertallet. Nævnet udtaler herefter kritik af DR på disse punkter.

Udsagnene ”... er smarte og ivrige sælgere i fuld gang med at lokke os danskere til at investere...” og ”Jamen, jeg vil beskrive det, altså min personlige mening det er, at det er fup og svindel.” fremstår som DR’s og kildernes vurderinger, og nævnet finder ikke grundlag for at udtale kritik af DR for at have offentliggjort vurderingerne.

Forelæggelse mv.

Oplysninger, som kan være skadelige, krænkende eller virke agtelsesforringende for nogen, skal efterprøves i særlig grad, inden de bringes, først og fremmest ved forelæggelse for den pågældende jf. punkt A. 2. Et medie risikerer kritik, såfremt det kan lægges til grund, at væsentlige oplysninger er udeladt eller aftale tilsidesat.

Pressenævnet finder, at de ovenfor nævnte faktuelle oplysninger kan være skadelige for klagerne og de har derfor skullet efterprøves i særlig grad, herunder navnlig ved forelæggelse for klagerne. Der er givet modstridende forklaringer om, hvorvidt klagerne i tilstrækkeligt omfang har haft mulighed for at kommentere de faktuelle oplysninger. Nævnet har ikke mulighed for at tage stilling hertil, men må efter de foreliggende oplysninger lægge til grund, at DR i relevant

omfang har forelagt de skadelige oplysninger for [Person A], og at hans kommentarer er medtaget i udsendelsen. Nævnet udtaler derfor ikke kritik af DR for manglende forelæggelse.

Nævnet udtaler heller ikke kritik af DR for at have udeladt væsentlige oplysninger og bemærker i den forbindelse, at redaktøren i overensstemmelse med det almindelige princip om redaktørens ret til at redigere mediet er berettiget til at beslutte, hvilke oplysninger, man vil bringe i mediet.

Kildekritik

Kritik bør udvises over for nyhedskilderne, i særdeleshed når disses udsagn kan være farvet af personlig interesse eller skadevoldende hensigt jf. punkt A.2.

Som sagen er oplyst finder nævnet ikke grundlag for at fastslå, at DR har undladt at udvise den fornødne kildekritik over for de anonyme kilder og [Person B]. Nævnet har herved lagt vægt på, at udsendelsen gengiver kildernes forklaring af deres oplevelser med DubLi. Kildernes udtalelser fremstår tydeligt som deres vurderinger, og det fremgår klart, at der er et modsætningsforhold mellem klager og kilderne. Nævnet finder derfor ikke grundlag for at udtale kritik af DR for at bringe en gengivelse af kildernes oplevelser. Nævnet har i øvrigt lagt vægt på, at [Person A] efter det oplyste har fået mulighed for at kommentere kildernes udtalelser. Nævnet udtaler derfor ikke kritik af DR.

Angreb og svar i sammenhæng

Angreb og svar bør, hvor det er rimeligt, bringes i sammenhæng og på samme måde jf. punkt A.4.

Parterne har afgivet modstridende forklaringer om sammenklipningen af interviewet med [Person A]. Det er nævnets opfattelse, at det klart af udsendelsen fremgår, hvad [Person A] udtaler sig om. Nævnet udtaler derfor ikke kritik af DR.

Nævnet finder, bortset fra det kritiserede forhold, heller ikke i øvrigt grundlag for at udtale kritik af DR.

I medfør af medieansvarslovens § 49 pålægger Pressenævnet herefter den ansvarshavende redaktør af DR at offentliggøre følgende:

Værten i Kontant oplæser følgende i begyndelsen af førstkommende udsendelse:

”DR får kritik for udsendelse om DubLi Inc, DubLi Network og DubLi.com.

Det drejer sig om programmet Kontant sendt tirsdag den 30. oktober sidste år. Programmet handlede om et særligt forretningskoncept, et network marketing, hvor firmaet på et hvervemøde har reklameret for konceptet for at få nye interesserede til at investere i det.

I udsendelsen optrådte blandt andet to anonyme kilder.

Den ene fik spørgsmålet ”...så du frygter simpelthen for din sikkerhed?” og hertil svarede den pågældende: ”Ja, det gør jeg, det er der ingen tvivl om.”

Om den anden anonyme kilde oplyste værten i Kontant: ”Denne unge mand har henvendt sig til os efter mødet i Odense. Han vil gerne være anonym af frygt for repressalier.”

Udsendelsen kan på disse punkter give seerne det indtryk, at det er DubLi Inc, DubLi Network og DubLi.com, de anonyme kilder frygtede, men sådan forholder det sig ikke.

Derfor får DR kritik af Pressenævnet.

De kan læse mere om afgørelsen på nævnets hjemmeside, som har denne adresse [her indsættes et skilt med følgende adresse: www.pressenaevnet.dk] www.pressenaevnet.dk”

DubLi Inc, DubLi Network og DubLi.com har ved advokat Michael Wilhelm Nielsen klaget til Pressenævnet over en udsendelse bragt på DR1 den 30. oktober 2012, idet klagerne mener, at god presseskik er tilsidesat.

1 Sagsfremstilling

Forløbet forud for udsendelsen

Den 24. oktober 2012 afholdt DubLi et møde på et hotel i Odense, hvor blandt andet DubLi's direktør [Person A] talte. Til mødet deltog ca. 200 – 300 personer. Redaktionen på ”Kontant” deltog i mødet ved journalister, som optog mødet med skjult kamera. Under mødet stillede vært på ”Kontant” [Journalist] spørgsmål til [Person A].

I perioden fra den 25. til den 30. oktober 2012 havde redaktionen på ”Kontant” og [Person A] en korrespondance pr. e-mail, hvor parterne blandt andet aftalte et interview den 26. oktober 2012.

I perioden fra den 26. til den 30. oktober 2012 bragte DR en teaser til udsendelsen. Af denne fremgik følgende (for så vidt angår den 30. oktober 2012):

”[Journalist]: Bare et par hundrede meter herfra står et par lovligt smarte forretningsfolk i fuld gang med at hverve folk til det, de selv kalder: Den bedste forretning nogensinde på denne her jord.

[Person A], direktør og grundlægger af DubLi: Jeg behøves ikke engang at sælge. Jeg går bare ud og leverer informationer om, hvad DubLi er, og så sidder de nærmest, hvornår kan jeg komme i gang, hvor hurtigt kan programmet komme op.

[Journalist]: I har kørt med underskud igennem lang tid efterhånden og du har gået konkurs...

[Person A]: Det er forhåbentlig ikke virkelighed det her.

[Journalist]: Det er i den grad virkelighed.

Se hvad der sker, når Kontant kræver svar fra salgsguruen. Det er i aften 21.05 på DR1.

Den påklagede udsendelse

DR bragte på DR1 tirsdag den 30. oktober 2012, kl. 21.05 udsendelsen ”Kontant”. Af udsendelsen fremgik blandt andet følgende:

”[Journalist]: I de her dage er smarte og ivrige sælgere i fuld gang med at lokke os danskere til at investere i det, som de selv kalder: Den bedste forretning nogensinde på denne her jord. De praler med, at deres omsætning er tre gange højere end Facebook, og at deres danske direktør og guru er bedre end Bill Gates. Og så kan du tjene masser af penge. Spørgsmålet er så bare: Kan det passe?

[Journalist]: Lige om lidt sender jeg mine kolleger med skjult kamera ind til et hvervemøde her i Odense, hvor jeg holder nu. Mødet er arrangeret af det verdensomspændende firma DubLi, som roser sig af at være den bedste forretning på kloden nogensinde. Men vi har fået en stribe mails fra jer seere, som føler sig snydt og en af dem, det er dig, ”Peter”. Men du har valgt at være anonym – hvorfor det?

”Peter”, DubLi-kunde: Fordi der er rigtig, rigtig mange, der har mange penge i klemme i det her firma. Der er folk, der har belånt deres hus, der har taget nye lån op for at kunne deltage i det her cirkus.

[Journalist]: Så du frygter simpelthen for din sikkerhed?

”Peter”: Ja, det gør jeg, det er der ingen tvivl om.

[*Journalist*]: Og du har været, du har haft det her på tæt hold – kan man sige – i seks måneder nu, været i firmaet i den periode - hvordan vil du beskrive det?

"*Peter*": Jamen, jeg vil beskrive det, altså min personlige mening det er, at det er fup og svindel. Altså jeg har selv 30.000 kroner i minus. Jeg ved, at der er nogle af mine kollegaer, de har over 200.000 i manko på det her, i gennemløbende år allerede.

[*Journalist*]: Ja, det lyder jo bestemt ikke rart, og det er slet ikke den version, man får, når man er til hvervemøde hos DubLi. Prøv bare at høre her.

[*Person A*]: DubLi har været det hurtigst voksende firma, når vi kigger på omsætning, der nogensinde har eksisteret.

[*Journalist*]: Til gengæld bliver direktør [Person A] ikke særlig begejstret, når jeg dukker op senere på mødet.

[*Journalist*]: Og jeg vil bare høre, I har kørt med underskud gennem lang tid efterhånden...

[*Person A*]: Det er forhåbentlig ikke virkelighed det her.

[*Journalist*]: Men først skal I møde [Person B]. Hun blev lokket ind i DubLi for et år siden, og det fortryder hun bittert i dag. [Person B] er konsulent i et stort IT-firma. Sidste år fik hun lidt penge til overs, men så fik hun sin gode veninde på besøg.

[*Person B*, *DubLi-kunde*]: Så fortalte hun mig om noget nyt, hun var kommet ind i, og det viste sig så, at det var det her DubLi.com, og hun var meget begejstret for det, og hun synes, at jeg skulle tænke over, om det også var noget for mig.

[...]

[*Journalist*]: DubLi er et internationalt firma, der kalder sig verdens ledende shopping og entertainment portal. Her kan man som medlem få rabat, når man køber for eksempel computere, tøj eller hvidevarer. Hvis man hverver andre deltagere, så tjener man penge på, at de handler på DubLi. Det er det, der kaldes network marketing.

[*Person B*]: Jamen, der var store muligheder i... for, at kunne tjene penge uden at skulle lave så meget.

[*Journalist*]: [Person B]s veninde anbefaler hende, at hun køber et såkaldt guldmedlemskab, som koster 20.000 kroner om året. For de penge får hun to gavekort til 11.000 kroner og for 35.000 kroner særlige DubLi-credits. Så [Person B] vælger altså at stole på venindens tilsyneladende gode råd om, at hun ikke kan tabe.

[*Person B*]: Altså jeg ville, jeg ville aldrig selv være stødt over det, altså hvis jeg havde søgt på noget på nettet og så tænkt: det gør jeg. Det var simpelthen fordi, at jeg kendte hende...

[*Journalist*]: Fuld af forventning går [Person B] nu på opdagelse på DubLi's hjemmeside. Hun begynder med at indløse de to gavekort på i alt godt 11.000 kroner, som hun kan købe rejser for, men indløsningen af gavekortene kræver, at hun betaler det samme beløb én gang til af egen lomme og samtidig er DubLi's priser meget høje i forhold til rejsens normale pris.

[*Person B*]: Så blev jeg faktisk lidt, lidt vred. Fordi det havde jo ingen værdi. Så følte jeg mig, jeg følte mig narret.

[*Journalist*]: Så undersøger [Person B], hvordan auktioner på DubLi foregår.

[*Person B*]: Altså jeg synes ikke, at det var, altså det er ingen rigtig auktion, det er jo sådan set et spil.

[*Journalist*]: Hvis [Person B] skal tjene sin investering hjem igen, så skal hun overtale andre til at være med i DubLi og på den måde få kommission for deres køb af medlemskab og eventuel handel på DubLi.com, men det har hun ikke lyst til.

[*Person B*]: Mit medlemskab ville være noget værd, hvis jeg fik andre til at gå ind i det, som igen fik andre til at gå ind i det, som, og så videre. Så ville jeg få nogle penge ind på en konto. Men ellers er det jo

ikke noget værd. Altså det genererer kun penge ved at få nye med. Det kender man jo fra andre historier, og det er ikke noget, jeg vil deltage i.

[*Journalist*]: [Person B] er bare én ud af flere hundrede danskere, som via deres venner er blevet overtalte til at investere i DubLi. En række af dem har skrevet til os på ”Kontant” og bedt os om at kigge lidt nærmere på firmaet. Vi ved, at de holder et stort møde i Odense, hvor man kan møde den danske grundlægger og direktør, der til daglig bor i Dubai. Vi ved også, at de skal bruge mødet til at hverve nye medlemmer. Vi vil gerne med til det møde, og vi har på fornemmelsen, vi hellere må køre uden dem her [viser skilte med skriften ”Kontant”]. Vi vil undersøge, hvordan DubLi lokker folk til at betale mange tusinde kroner for at blive medlem.

[Optagelser fra mødet med skjult kamera vises]

[*Journalist*]: Mødet holdes på hotel Scandic i Odense, og mens mine kolleger er inde i salen på hotellet, så følger jeg med her i vores bil via en mobiltelefon. Præcis klokken 19:00 går firmaets vicepræsident [Person C] på med en lille introduktion af aftenens hovedperson, grundlæggeren af DubLi [Person A].

[*Person C*]: Det er sådan, at hvis man snakker om Bill Gates; nå, det var forgængeren, det var den lille model af [Person A]. I smiler en lille smule, måske, nogle smiler en lille smule, men rekorderne af Microsoft har herren her altså slået - sammen med os i øvrigt.

[*Journalist*]: DubLi skulle altså være en bedre forretning end Microsoft, og da direktør [Person A] træder ind, ødelægger han bestemt ikke den allerede gode stemning.

[*Person A*]: DubLi har været det hurtigst voksende firma, når vi kigger på omsætning, der nogensinde har eksisteret.

[*Journalist*]: [Person A] gentager flere gange, at firmaets omsætning på bare et år er steget med over 1700 procent til over 150 millioner dollars, og han sammenligner DubLi med de allerstørste.

[*Person A*]: Alle i USA kigger selvfølgelig efter: Hvad er den næste store ting, der kommer nu? Den sidste store ting, der har været oppe, det var Facebook, og nu begynder folk så småt at forstå, at den her kombination, vi har lavet her med network marketing og de bedste produkter indenfor online shopping og entertainment, det er en vinder.

[*Journalist*]: Ja, skal man tro [Person A], så fosser pengene ind i DubLi, som han, uden at blinke, kalder for verdens ledende shopping og entertainment portal. Nu kan det være fordi, at jeg er lidt langsom i optrækket, men jeg har aldrig hørt om firmaet, så før vi tog til Odense, så tjekkede jeg, hvor ledende firmaet egentlig er.

Vi har bedt ekspert i e-handel og nye medier, Jon Lund, om at vurdere, om DubLi.com nu også er verdens ledende shopping og underholdningsportal.

Jon Lund, formand Danske Webjournalister : Hvis du skal købe rigtig mange hvidevarer, kan du måske tjene penge på det. Ellers så er der ikke nogen deal i det.

[*Journalist*]: På DubLi.com finder man mange nethandelsbutikker. Vil man købe isenkram, ja, så bliver man sendt videre og handler med for eksempel butikken ”Kop og Kande”. Til gengæld sørger DubLi.com for, at du modtager en rabat. Gemius måler danskernes brug af hjemmesider, men der er for få brugere på DubLi.com til at siden er med i de officielle statistikker, og de omfatter ellers de 300 mest benyttede sider i Danmark.

Jon Lund: De bruger DubLi.com som det, som er grundstenen, det er det, det hele cirkler om, det er der, hvor alle kunderne i sidste ende skal lægge nogle penge, så alle partnerne kan få nogle dele af det. Og når DubLi.com i virkeligheden ikke er noget særligt værd, så er det bluf.

[*Journalist*]: Bluf – det er også den følelse, som ”Peter”, den anonyme mand, som vi mødte i begyndelsen af programmet, sidder tilbage med.

"Peter": Små 30.000 kroner som jeg sandsynligvis aldrig får igen. Og det, synes jeg, er mange penge. Det er penge, der er betalt skat af én gang, så 30.000 kroner det, det er mange penge for mig.

[*Journalist*]: *"Peter"* bliver hvervet af en nær kollega. Han investerer i alt godt 77.000 kroner. Med følger løfter om en procentdel af kommende kunders handel på DubLi.com og en hel ny levevej. *"Peter"*: Det blev lovet, jeg kunne leve af det.

[*Journalist*]: *"Peter"* bliver også skuffet over handelsportalen og opdager, at han kun kan tjene sin investering hjem, hvis han hverver nye medlemmer. Men ligesom [Person B] vil *"Peter"* heller ikke lokke nye med i DubLi. Han er nu tvunget til at prøve lykken på auktionerne på DubLi.com. En del af hans investering er konverteret til såkaldte DubLi-credits. En intern møntfod, som man kun kan bruge på DubLis auktioner og for eksempel byde på gavekort med. Gavekortet er ikke øremærket til en butik og kan veksles til rede penge. Man betaler en DubLi-credit pr. bud. Prisen på gavekortet falder ved hvert bud, men man er slet ikke sikker på, at kunne købe gavekortet. En anden *"byder"* kan nemlig snuppe det for næsen af én, og så er pengene, der er blevet brugt på at byde pludselig tabt. Efter tyve bud åbner et lotteri, hvor man kan være heldig at købe gavekortet til en ekstra nedsat pris. DubLi lover, at halvdelen af gavekortene har en ekstra lav købspris.

Jon Lund: Det her er ikke en auktion, det er et lotteri. Du kan ikke købe en vare, der hvor du selv synes, at den er mest værd. Du kan være med i et totalt held-betonet spil, hvor du kan være heldig at trække den store gevinst, og du kan være uheldig bare at komme til at bruge en masse penge på ikke at vinde noget som helst.

[*Journalist*]: *"Peter"* bliver så grebet af det, at han taber omkring 30.000 kroner på kortauktioner.

"Peter": Jamen, jeg har i hvert fald omsat for to millioner danske kroner. I hvert fald – og det er lavt sat. Jeg har sandsynligvis omsat for tre.

[*Journalist*]: Og det er netop *"Peters"* og de øvrige DubLi-medlemmers voldsomme køb af gavekort på det, som DubLi kalder for auktioner, der har skabt omsætningen på 150 millioner dollars. Det fremgår af DubLis egen forklaring til den amerikanske OTC-børs, hvor selskabet er noteret. Alligevel har DubLi haft underskud på mellem 4-6 millioner dollars om året.

[*Journalist*]: Men [Person A] fortæller ikke de fremmødte i Odense om bagsiden af medaljen. Næh, ifølge ham så er det en stensikker investering at bruge sine penge hos DubLi.

[*Person A*]: Du kan ikke komme op med et stærkere tilbud end det her for det er at spare penge på alting.

[*Journalist*]: Og han garanterer, at de flere hundrede tilhørere og potentielle nye medlemmer hurtigt tjener deres investering hjem.

[*Person A*]: Så man skal altså ikke benytte det her ret meget, så har man faktisk sit medlemskab gratis.

[*Journalist*]: Venneshvervningen er en hjørnesten i DubLi-konceptet. Jo flere venner og bekendte, man hiver ind, desto større afkast.

[*Person C*]: Hvis de svarer nej, det kan de ikke lide, eller det synes de ikke om. For eksempel, at det var pyramide, om det er noget pyramide. Hvis de siger nej, at de ikke kan lide det, så siger du: godt, du vil elske dette, fordi det har intet med pyramide at gøre. Det er en portal på nettet.

[*Journalist*]: Her er det DubLis vicepræsident og strudseavler, [Person C], der i et webseminar instruerer nyankomne partnere i, hvad de skal sige.

[*Person C*]: Når de har fået modspørgsmål, så er det dig, der styrer samtalen, og så stopper de lynhurtigt med spørgsmål, og så skal de med til møde.

[*Journalist*]: Tina Dhanda er jurist i forbrugerrådet. Vi har vist hende materiale, som vi har skaffet fra DubLi.

Tina Dhanda: Det her element med vennehvervning er jo i direkte strid med markedsføringsloven, sådan som jeg ser det.

Interviewer: Hvorfor?

Tina Dhanda: Jamen, det er det fordi at de forbrugere, som bliver mødt af deres familie og venner med, at de skal indgå i det her koncept, de tror jo, at de får et godt råd fra en ven. Men det gør de i virkeligheden ikke, fordi den person, som præsenterer det for dem, har et direkte økonomisk incitament til at lokke andre forbrugere med i det.

Interviewer: Og hvad er så dit råd til de mennesker, der overvejer at gå ind i det her DubLi-koncept?

Tina Dhanda: Jeg vil sige, det her koncept er simpelthen så uigennemsigtigt. Det er meget svært at se, hvad konceptet i virkeligheden går ud på, og jeg kan ikke andet end at anbefale folk til at holde sig langt væk fra det.

[Journalist]: Vi ved, at [Person A] bor i Dubai, og han skal rejse i morgen tidlig, så nu vil jeg se, om vi kan nå at få et interview med ham. Jeg vover mig helt ind i løvens hule, allerbagest i salen. Imens fortæller [Person A], at DubLi's forretningsmodel altid bliver omtalt meget positivt i pressen.

[Person A]: Hvis man kigger på DubLi's historie, så har pressen altid været ufattelig god ved os.

[Journalist]: Jeg hedder [Journalist]. Jeg laver et program, der hedder "Kontant", nu du lige taler om pressen. Og jeg vil bare høre - I har kørt med underskud gennem lang tid efterhånden...

[Person A]: Det er forhåbentlig ikke virkelighed det her.

[Journalist]: Det er i den grad virkelighed.

[Person A]: Kan I ikke vente udenfor, så kommer vi ud og snakker med jer bagefter.

[Journalist]: Jo, vi vil faktisk gerne lave et interview med dig, når du er færdig her...

[Person A]: Ja, præcis, tak skal du have.

[Journalist]: Vi vil godt lige stille et enkelt spørgsmål...

[Person A]: Nej, det kan du ikke få lov til.

[Journalist]: Jo, det kan jeg godt, jeg er her jo som gæst ligesom de øvrige.

[Person A]: Ja, det er fint.

[Journalist]: I kører med underskud og har gjort det rigtig længe. Hvorfor har du ikke sagt noget om det? Jeg har hørt på det her i 2 timer, 3 timer nu ude i bilen herude, du har ikke sagt et ord om det. Skylder du ikke også at fortælle folk den del af virkeligheden?

[Person A]: Jo men kig på andre store succeshistorier, kig på Coopron, de har også lavet underskud, eBay har lavet underskud mange år. Sådan er det, vi smider en masse penge i markedsføring.

[Journalist]: Og så inviterer [Person A] mig op på scenen.

[Person A]: Kom herop, kom herop.

[Journalist]: Meget gerne.

[Person A]: Nu bliver vi nødt til at tage den her udfordring

[Journalist]: Når I nu siger, at I er den bedste forretning nogensinde på kloden, hvad bygger I så det på?

[Person A]: Det bygger jeg på, at jeg personligt mener, at det for marketing er den bedste forretningsmulighed, du overhovedet kan få tilbudt, og hvis du kigger på vores produkt derude, jamen så mener jeg, at vi har det stærkeste produkt, der overhovedet er.

[Journalist]: DubLi er ikke på top 300 over de mest besøgte sites i Danmark. Hvordan kan det så være så stor en forretning herhjemme?

[Person A]: Jamen, forstå konceptet...

[Journalist]: Top 300.

[Person A]: Jamen, forstå konceptet her. Det, vi bruger, det er mund til mund metoden. DubLi er ikke et stort, kendt navn i Danmark. Vi har ikke lavet markedsføring til det endnu og så videre. Vi har en masse sælgere, vi gør det, som alle andre firmaer har gjort, vi har et godt produkt, vi begynder at anbefale det nu.

[Journalist]: Ved du hvad, jeg vil ikke forstyrre dig mere nu, jeg vil tilbyde dig et interview, for vi laver et program om jer på tirsdag på DR 1.

[Journalist]: Vi taler senere med [Person A], uden for lokalet, og vi aftaler et interview senere på ugen. [Person A] forklarer i den forbindelse, at DubLi kun kører med underskud, fordi man har hyret dyre og dygtige medarbejdere.

[Journalist]: Direktør [Person A] forklarer, at firmaets store omsætningsfremgang stammer fra gavekortauktionen, hvor man altså kan vinde retten til at købe et gavekort, for eksempel på 1000 kroner, til en lavere pris.

Morten Rønde har arbejdet 12 år ved Told og Skat, hvor han blandt andet var chefkonsulent i spillemyndigheden. I dag er han formand for online spilleudbydere.

Morten Rønde, Direktør Dansk Onlinespil Forening: Jamen, det ser ud som om, at du skal betale penge, og du kan vinde en gevinst, og der er noget tilfældighed med, og så er det et ulovligt spil.

[Journalist]: Det er spillemyndighederne i Danmark, der giver licens til spil, og det har DubLi ikke.

Morten Rønde: Hvis det er et ulovligt spil, så har myndighederne faktisk mulighed for at gå til domstolene og få nedlagt forbud mod selskabet, sådan så man kan få internetudbyderen til at blokere for det selskab.

[Journalist]: Denne unge mand har henvendt sig til os efter mødet i Odense. Han vil gerne være anonym af frygt for repressalier.

Anonym mand: Jeg kom til en 3-4 af de her salgsmøder, hvor [Person C] lovede en, en, at jeg kunne tjene mange, altså en stor profit.

[...]

[Journalist]: Manden har i detaljer forklaret, hvordan vicepræsident [Person C] overtaler folk til at spille på gavekortauktionen. Helt uden at rekruttere andre kunne man gennemsnitligt score 187 euro, eller hvad der svarer til 1.400 kroner i overskud, hver eneste gang man køber en guldpakke til 2.250 euro. Det er mere end 16.000 kroner. Det garanterer [Person C] og viser blandt andet dette salgsmateriale. Da manden tvivler, svarer vicepræsidenten i denne mail: "Jeg har selv lige lavet en statistik på 5 pakker, der er en, der sidder og omsætter for mig, og det passer".

Anonym mand: Villads lovede så, at hvis jeg gjorde, som han sagde, at der ikke var nogen problemer overhovedet, så jeg spillede dag og nat og i løbet af to måneder tabte jeg knap 100.000 kroner.

[Journalist]: Har du ikke været alt for naiv i forhold til at tro på det her simpelthen?

Anonym mand: Det var, jeg var for naiv, det har jeg fundet ud af. Men han er så snu, han er simpelthen så god, ham Villads, til at gøre det, han gør.

[Journalist]: [Person B] troede så meget på DubLi, at hun også købte for 10.000 kroner aktier i firmaet. De er godt nok steget, ligesom firmaets omsætning, men nu vil [Person B] sælge for at minimere sit tab.

[Person B]: Så føler jeg mig ikke så snydt.

[Journalist]: I sin bank får [Person B] at vide, at hun skal bruge DubLi's tilladelse til at sælge aktierne, og at det vil koste godt 8.000 kroner. Hun klager til DubLi og får følgende svar fra vicepræsidenten [Person C]:

Speak læser op fra mail: "Jeg vil fraråde at sælge dem. DubLi har i dag en omsætning, der er 3 gange større end Facebook".

[Journalist]: Men det passer ikke. Facebook har indtil juni 2012 en omsætning på 1,2 milliarder dollars - altså seks gange større end DubLi i samme tidsrum.

[Person B]: Han lyver jo for mig. Det er jo løgn.

[Journalist]: Sælger [Person B] alligevel nu, så taber hun ca. 15.000 kroner på sit medlemskab hos DubLi.

[Journalist]: Ja, der er vist rigeligt at forklare, så lad os høre hvad præsidenten for DubLi, [Person A], har at sige.

[Journalist]: I kalder DubLi for den bedste forretningsidé nogensinde på kloden simpelthen, men alligevel så føler I det nødvendigt at manipulere kunder ind i butikken ved at lyve. Det ser vi en række eksempler på. For eksempel så har din vicepræsident [Person C], han er i fuld gang med at manipulere med en kunde her, hvor han påstår, at I har en omsætning, der er tre gange større end Facebook. Det er en lodret løgn. Hvorfor lyver I overfor kunderne?

[Person A]: Ja, til denne her mail, jeg lige har fået fremlagt nu, ja, det er en lodret løgn, fordi at DubLi er i dag et offentligt selskab, og alle vores regnskabstal er offentlige, og vores sidste kvartal, vi faktisk har offentliggjort, det var vores tredje kvartal, og det gik fra april, maj, juni, og der havde vi en omsætning på 800 millioner, så det er ikke i nærheden af Facebook, så hvorfor Villads siger det her, har jeg i princippet ingen anelse om.

[Journalist]: Og han er jo ikke en tilfældig piccolo i firmaet, han er som sagt...

[Person A]: Nej, det er han ikke.

[Journalist]: I lover også jeres kunder på de her auktioner, at hvis de spiller for et vist beløb, jamen så er de garanteret 1.400 kroner i ren profit. Hvordan kan I love det?

[Person A]: Det kan vi ikke love, og igen så er det ikke noget, firmaet promoverer. Firmaet promoverer, at vi er en kundedreven model, og det, vi anbefaler alle vores sælgere, det er selvfølgelig at gå ud og skaffe så mange kunder som overhovedet muligt. Vi anbefaler ikke selv, at man sidder, ja...

[Journalist]: På denne her planche, som Villads blandt andet render rundt og sælger med, der står der, at hvis man spiller for 16.700 kroner, så er man garanteret 1.400 kroner i ren profit. Hvordan kan I garantere det?

[Person A]: Vi kan ikke garantere det...

[Journalist]: Så synes jeg, at du skal kigge på det her, for det er det materiale, han bruger til at overtale folk. Der står DubLi i hjørnet, og det er din vicepræsident, der lokker kunder ind i butikken med det.

[Person A]: Igen er materialet, jeg ser det her materiale for første gang, og jeg bliver selvfølgelig nødt til at tilbage, og igen kalde Villads ind til en samtale sammen med vores jurist, og vi må jo finde ud af, hvorfor materialet er kommet, men det her er ikke officielt DubLi materiale. Det er ikke noget, man er gået ind i DubLis back office eller DubLi Networks back office og, hvad hedder det, printet frem.

[Journalist]: Prøv lige at hør. Det her det er simpelthen den bedste forretningsidé nogensinde på kloden. Hvorfor er det så nødvendigt for din vicepræsident at manipulere med kunderne?

[Person A]: Det er sådan set også det, jeg ikke forstår, og derfor bliver jeg nødt til at vende tilbage til ham og snakke med ham omkring, hvorfor han har taget denne her specielle retning.

[Journalist]: Kan du forstå, hvis man som seer undrer sig over det?

[Person A]: Det er bestemt ikke DubLi Network, som anbefaler denne her retning.

[Journalist]: Det lykkedes Villads, at overtale en ung fyr til at investere voldsomt i det her med de her løfter, som er usande. Den fyr har i dag tabt 80.000 kroner på to måneder. Hvis han kontakter jer og viser det her, som jeg siger nu, vil I så give ham pengene igen?

[Person A]: Ja, det vil vi helt bestemt. Jeg synes, at det lyder meget, meget usandsynligt, at det her skulle være sket, men hvis I kan give os et navn, så vil jeg undersøge det, og selvfølgelig får han hans penge igen.

[Journalist]: I belønner jeres kunder økonomisk, når de hverver andre kunder, og det er det, som Forbrugerombudsmanden kalder for vennehvervning, og det er altså ulovligt i Danmark, som I jo også skal følge lovgivningen i selvfølgelig. Hvad siger du til det?

[Person A]: Det siger jeg til, det benytter vi os ikke af. Det er en misforståelse, der altid sker, når man snakker direkte salg om at bruge vennehvervning...

[Journalist]: De her folk, der skal vurdere det her, de ved jo hvad, de snakker om. De er lige præcis eksperter i at skelne mellem de her kategorier.

[Person A]: Jo, men det sjove ved det, det er, at de har vurderet alle de store salgsselskaber, der er åbnet i Danmark, men alle selskaber er her stadigvæk, og det er fordi, at det er en misforståelse.

[Journalist]: Vi har også talt med de relevante eksperter på det her område, og de siger: Jamen, I er et spil.

[Person A]: Ja

[Journalist]: Og det kræver en licens.

[Person A]: Ja

[Journalist]: Har i sådan en licens?

[Person A]: Det har vi ikke, fordi vi ikke er spil. Det, vi har gjort, det er, at vi har hentet de bedste eksperter ind blandt andet fra USA, og hvis du kigger på hele verden, så tror jeg, at USA har nok nogle af de strengeste regler overhovedet inden for spil, og vi har flere store juristfirmaer i USA, som er eksperter inden for spil, der klart har sagt, vi er ikke et spil, og...

[Journalist]: Så det preller af som vand på en strudseavler, var jeg lige ved at sige...

[Person A]: Ja, det gør det bestemt.

[Journalist]: Ligesom det gjorde med forbrugerrådet også?

[Person A]: Ja, det gør det.

[Journalist]: Men der er penge på vej tilbage til dem, som Villads har lokket ind i butikken på falsk grundlag?

[Person A]: Det er der 100 procent, hvis de har...

[Journalist]: 100 procent?

[Person A]: 100 procent!

[Journalist]: Det sørger jeg for, at du kommer i kontakt med dem.

[Person A]: Når jeg får navnene og vil undersøge nøjagtig, hvad der er foregået. Og igen vil jeg sætte stort spørgsmålstegn ved, at der ville være en, der skulle have tabt 80.000. Det kan jeg simpelthen ikke tro.

[Journalist]: Vi skal nok sætte dig i kontakt med vedkommende, og så venter vi meget spændt på at se, om [Person C], vicepræsidenten, kan fortsætte sin karriere med at manipulere med kunderne her. Du skal have tak fordi, jeg måtte forstyrre dig.

[Person A]: Ja, selv tak.

[*Journalist*]: Vi har talt med vicepræsident Villads Hansen, og han bekræfter, at han har benyttet det salgsmateriale, som [Person A] altså tager afstand fra, men han ønsker ikke at svare på kritikken. Om [Person A] så holder sit løfte og giver pengene tilbage til de kunder, der føler sig snydt, ja det holder vi naturligvis øje med her på programmet.

[...]"

Den 26. november 2012 klagede DubLi Inc, DubLi Network og DubLi.com ved advokat Michael Vilhelm Nielsen til DR over udsendelsen. Den 5. december 2012 fremsendte Michael Vilhelm Nielsen supplerende bemærkninger til DR. Den 27. december 2012 fremsendte Michael Vilhelm Nielsen en e-mail til DR, hvoraf bl.a. følgende fremgik:

"...

I fortsættelse af min klage af 26. november 2012 med supplerende bemærkninger af 5. december 2012 sender jeg denne supplerende mail vedhæftet en YouTube-optagelse af [*Journalist*], medens han interviewede direktør [Person A] fra DubLi.

..."

Ved brev af 29. januar 2013 besvarede DR klagen og af brevet fremgik blandt andet følgende:

"...

DR har i sagen modtaget klage af 26.11.2012 med uddybende materiale af 05.12 samt yderligere klage af 27.12.2012. Som I er gjort bekendt med, senest ved mail af 21.01.2013 fra DR's juridiske konsulent Christian Sonnefeld Jørgensen, behandles de i klagen af 26.11 indeholdte klagerpunkter, mens materialet af 05.12 inddrages, for så vidt det angår disse ovennævnte klagepunkter. Derimod falder klagen af 27.12 uden for klagefristen og vil ikke blive behandlet.

..."

DR afviste herefter klagen af 26. november 2012.

2 Parternes synspunkter

2.1 DubLi Inc, DubLi Network og DubLi.com's synspunkter

Klagens rettidighed

Michael Vilhelm Nielsen har på vegne af klagerne anført, at DR ikke kan afskære en del af dokumentationen ved at hævde, at klagefristen ikke er overholdt, idet der blandt andet er tradition for, at en kort overskridelse af fristen ikke i sig selv kan afskære Pressenævnet fra at tage stilling.

Tilsidesættelse af god presseskik i relation til DubLi og direktør [Person A]

Udsendelsen fremstår fordomsfuld, baseret på ensidig research og uetisk redigering af interviews. Det står ikke klart, hvad der er faktiske oplysninger, hvad der er videregivelse, hvad der er efterprøvet og hvad der er DR's egne kommentarer.

På DR's opfordring forsøgte [Person A] at etablere et møde mellem parterne for at forklare DubLi's koncept. [Person A] har gjort, hvad han kunne for at stille sig til rådighed og skaffe materiale om DubLi. Det gælder både, da redaktionen fra Kontant dukkede op til en DubLi konference og det efterfølgende møde, hvor DR i øvrigt gav [Person A] under et døgn til at fremskaffe dokumentation. Det er klagerens opfattelse, at DR ikke reelt var interesseret i oplysninger om forretningskoncept mv., og videre var DR i det hele ikke særligt imødekommende overfor [Person A]. Da mødet endelig kom i stand, forsøgte [Person A] at forklare konceptet, som for en udenforstående kan fremstå kompliceret, men blev afvist. I stedet skulle [Person A] alene kommentere indslagene i udsendelsen – uden dog at se disse indslag, men alene ud fra DR's oplysninger. Udsendelsen fremstår derfor ensidig og tendentiøs. Klagerne burde inden udsendelsen blev bragt have haft mulighed for at se hele eller dele af udsendelsen igennem og relatere svarene i henhold til udsendelsen.

Dette fremgår ligeledes af teaseren, som blev sendt i dagene op til udsendelsen fra den 26. oktober 2012. På dette tidspunkt er det oplagt, at man ikke har de oplysninger, man udbad sig, og det er videre oplagt, at man ikke havde udført grundig research. Vinklen er således allerede her fastlagt og [Person A]s forklaringer om DubLi konceptet spildt, idet DR ikke ønskede at afvente den tilbudte dokumentation, men i stedet fortsatte produktionen af udsendelsen.

I udsendelsen oplyses det, at der har været klagesager mod DubLi. Oplysningen er ukorrekt og udokumenteret. Det samme er gældende for udsagnet "...er smarte og ivrige sælgere i fuld gang med at lokke os danskere til at investere...". Videre dokumenterer DR ikke udsagnet "...vi har fået en stribe mails fra jer seere, som føler sig snydt..."

Udsendelsen giver en forkert og forsimplet beskrivelse af budprocessen, der bliver fremstillet som et spil, der kræver tilladelse fra de danske spilmyndigheder. DR afviste klagerens dokumentation for, hvorfor der ikke er tale om "spil". DR bør redegøre for, hvorfor det er et "spil", som kræver tilladelse. Ligeledes giver udsendelsen indtryk af, at der er tale om "pyramidespil", hvilket er ukorrekt.

Klagerne har ikke haft adgang til "råmateriale" fra optagelserne med direktør [Person A], hvilket Pressenævnet bør pålægge DR at udlevere.

Udsendelsen er redigeret således, at den ved brug af sammenklip mellem forskellige spørgsmål til forskellige svar fremstiller [Person A] som utroværdig og uvillig til at besvare spørgsmål.

[Journalist] skaffede sig uinviteret adgang til en ikke offentligt tilgængelig DubLi konference og fremførte oplysninger, som blev vist i traileren, om at direktør [Person A] er gået konkurs (underforstået 4 eller flere gange). DR har ikke dokumenteret denne påstand og ej heller berigtiget oplysningen i selve udsendelsen, blot klippet den ud.

Videre fremgår følgende udsagn udtalt af værten: "Direktør [Person A] forklarer, at firmaets store omsætningsfremgang stammer fra gavekortauktionen...". Udsagnet er ukorrekt og udokumenteret.

I udsendelsen optræder en selvstændig og uafhængig DubLi repræsentant, Villads Vesth Hansen. [Person A] redegør for hans tilknytning til DubLi, men forklaringen er ikke gengivet i udsendelsen.

Udsendelsen baserer sig på oplysninger fra to anonyme kilder og en kvinde, der er blevet "lokket" af en veninde. Begge anonyme kilder kommer med usande og udokumenterede oplysninger, som DR blot videregiver og ikke selvstændigt prøver. Den "lokkede" kvindes oplysninger videregives kritikløst. DR's begrundelse for kildebeskyttelse er søgt, hvorved bemærkes, at retsplejelovens § 172 ikke er brugbar i den pågældende situation.

[Person B] oplyser, at hun er blevet "lokket" ind i DubLi af en uidentificeret veninde. DubLi har således ikke mulighed for at efterprøve, om denne veninde er en DubLi repræsentant. Generelt er det klagerens opfattelse at [Person B]s oplysninger om DubLi er forkerte. Følgende udsagn er udokumenterede:

"Hun blev "lokket" ind i DubLi for et år siden" og "...indløsningen af gavekortene kræver, at hun betaler det samme beløb én gang til af egen lomme..."

[Person B] udtaler, at "...jeg synes ikke at det var, altså det er ingen rigtig auktion, det er jo sådan set et spil." DR efterprøver ikke denne oplysning, men lægger den ukritisk til grund. DR bør redegøre for, hvorfor DubLi er et "spil". Ligeledes får DR [Person B]s udsagn DubLi til at fremstå som et "pyramidespil", hvilket DR ukritisk videregiver. Videre fremgår udsagnet "[Person B] er bare én ud af flere hundrede danskere, som via deres venner er blevet overtalt til at investere i DubLi..." af udsendelsen, uden at DR dokumenterer dette eller oplyser, hvor man har oplysningerne fra. Indslaget fremstår som ulovlig "vennehvervning", hvilket der ikke er tale om for DubLi.

Udsagnet "I sin bank får [Person B] at vide, at hun skal bruge DubLis tilladelse til at sælge aktierne, og at det vil koste godt 8.000 kroner" er ukorrekt og udokumenteret.

Særligt om anvendelse af anonyme kilder

I udsendelsen anvendes anonyme kilder, som begrundes deres anonymitet med frygt for repressalier fra DubLi. Da kilderne er anonyme, har klagerne ikke mulighed for at efterprøve deres påstande. DR må dokumentere oplysningens rigtighed og at disse har baggrund i virkeligheden. Følgende udsagn er udokumenterede:

”Men du har valgt at være anonym – hvorfor det? [...] Så du frygter simpelthen for din sikkerhed? Ja, det gør jeg, det er der ingen tvivl om.”

”Denne unge mand har henvendt sig til os efter mødet i Odense. Han vil gerne være anonym af frygt for repressalier.”

”Jeg ved, at der er nogle af mine kollegaer, de har over 200.000 i manko på det her, i gennemløbende år allerede.”

”Der er folk, der har belånt deres hus, der har taget nye lån op for at kunne deltage i det her cirkus.”

”Jamen jeg har i hvert fald omsat for to millioner danske kroner. I hvert fald – og det er lavt sat. Jeg har sandsynligvis omsat for tre.”

”Jamen, jeg vil beskrive det, altså min personlige mening det er, at det er fup og svindel.”

Særligt om ekspertkilderne

DR har forelagt ”ekspertkilder” inden for spil og regnskab DR’s forkerte udlægning af auktionsprocessen. Kilderne udtaler sig således på et forkert grundlag til støtte for det helhedsindtryk, DR ønsker at frembringe.

DR har anført, at oplysningerne i udsendelsen er korrekte og prøver i stedet ”at vende bevisbyrden”. Det er imidlertid DR, som skal dokumentere, at de bragte oplysninger er korrekte – ikke omvendt.

2.2 DR’s synspunkter

Klagens rettidighed

DR har anført, at mediet ikke har behandlet de klagepunkter som fremgår af klagers breve af 5. december 2012 og 27. december 2012, medmindre klagepunkterne tillige fremgår af klagen af 26. november 2012, da klagefristen er overskredet.

Tilsidesættelse af god presseskik i relation til DubLi og direktør [Person A]

DR har anført, at klagerne ikke har anført konkrete eksempler på, at oplysningerne i den påklagede udsendelse er forkerte.

Udsendelsen fokuserer primært på DubLi Network og hele konceptet med at hverve forretningspartnere, idet det er dette område, som primært giver DubLi vækst. DR er i besiddelse af et omfattende bevismateriale, der berettiger omtalen af ”hvervemøde”, herunder blandt andet henvendelser fra højtstående DubLi repræsentanter sendt til forretningspartnere forud for mødet den 26. oktober 2012, reklamebrochure og udtalelser fra [Person A]. Der er således tale om, at ”den, der hverver en ”ven”, dermed forsøger at dække egne økonomiske forpligtelser og/eller opnå en gevinst, og hvervningen derfor er afledt af den pågældendes egne økonomiske interesser”.

Det er ikke korrekt, at redaktionen på ”Kontant” har afvist, ”en grundig redegørelse for, hvordan DubLi systemet fungerer”, og at der ikke er tale om ”hvervemøde”. Redaktionen deltog netop i et 3 timer langt møde for at få indblik i dette aspekt og blev bekræftet i, at det der foregik var hvervning. Ligeledes talte redaktionen længe med [Person A] efter mødet og det blev aftalt, at han skulle fremsende yderligere dokumentation for DubLis forretningskoncept, hvilket ikke blev gjort før udsendelsens offentliggørelse den 30. oktober 2012. Først ved klagers brev af 5. december 2012 har klager fremlagt dokumentation for lovligheden af forretningskonceptet. Dokumentationen vedrører i øvrigt forholdet til tysk og amerikansk ret og er derfor irrelevant i forhold til udsendelsen, der alene beskæftiger sig med konceptet i henhold til dansk ret.

Det påstås ikke i udsendelsen, at der er klagesager mod DubLi. DR har inden udsendelsen modtaget ca. 10 e-mails fra seere, der opfordrer ”Kontant” til at undersøge DubLi.

Betegnelsen ”pyramidespil” anvendes på intet tidspunkt i udsendelsen. Der tales konsekvent om ”network marketing”.

På tidspunktet for udsendelse af teaseren var DR i besiddelse af så omfattende et research- og kildemateriale, at der var det fornødne faktuelle grundlag for at udsende teaseren, som ikke indeholder forkerte oplysninger, ligesom de skadelige oplysninger er forelagt klager, og klagers svar er i relevant omfang medtaget i selve udsendelsen.

DR udleverer af princip ikke råmateriale, som ikke har været sendt på DR. Af hensyn til kildebeskyttelsen udleverer DR heller ikke DR’s research materiale. Det bemærkes hertil, at materiale der ikke har været offentliggjort, falder uden for Pressenævnets kompetence.

DR er uenig i, at DR ikke har været imødekommende overfor [Person A]. Der har været tale om en sædvanlig korrespondance mellem parterne.

[Person A] bestrider at have sagt til [Journalist], at en stor del af DubLi’s omsætningsfremgang skyldes brugen af netværksauktioner. [Person A] har imidlertid oplyst dette under briefingen, der fandt sted efter mødet i Odense. Briefingen er optaget.

Der er ikke tale om, at interviewet med [Person A] er redigeret uetisk ved sammenklipning af forskellige spørgsmål og forskellige svar. [Person A] har fået mulighed for at forklare DubLi’s forretningskoncept i forbindelse med interviewet den 26. oktober 2012. DR har medtaget de dele af interviewet, som DR ud fra en redaktionel vurdering fandt var relevante.

Klagerne ikke ret til at få den planlagte udsendelse til gennemsyn. Dette ville i øvrigt være umuligt, da udsendelsen først blev færdigredigeret få timer før offentliggørelsen.

I teaseren oplyste [Journalist], at [Person A] er gået konkurs. Dette er korrekt, idet DR kan dokumentere, at to konkurser kan knyttes til [Person A]. På mødet i Odense blev det oplyst, at [Person A] er gået konkurs fire gange. Dette er en fejl, men har ingen betydning, idet den forkerte oplysning blev fremsat på et lukket måde, og den blev ikke bragt i programmet. I teaseren blev det alene oplyst, at klager er gået konkurs, ikke at han er gået konkurs flere gange.

I udsendelsen blev det oplyst, at Villads Vesth Hansen er vicepræsident og spiller en central rolle. Disse oplysninger er efterprøvet og undersøgt. Oplysningerne afvises ikke af [Person A].

DR kritiseres for indslaget med [Person B]s beskrivelse af, hvordan hun kom med i DubLi, herunder omtalen ”vennehvervning”. DR er bekendt med identiteten på den kvinde, som har ”lokket” [Person B] ind i DubLi og har set fuld dokumentation i form af kontoudtog, aktier og mails, som bekræfter [Person B]s fremstilling. DR har forelagt hendes kritik for DubLi ved e-mail af 25.10.2012, men [Person A] har ikke besvaret spørgsmålene.

For så vidt angår oplysningen om krav i forbindelse med indløsning af gavekort har det ikke være muligt at fremskaffe anden dokumentation end [Person B]s forklaring, da hendes konto er lukket. Oplysningen er imidlertid forelagt [Person A], men han har heller ikke svaret på dette spørgsmål.

DubLi påstår, at DR ukritisk videregiver [Person B]s udtalelse om, at DubLi er et spil, forsimpler beskrivelsen af auktionsprocessen og har afvist en redegørelse fra DubLi. Dette er ikke korrekt. DR afventede frem til udsendelsen denne redegørelse. Ligeledes er udsendelsens påstande efterprøvet, ligesom DR har studeret materialet på DubLi.com. Oplysningerne er desuden forelagt en ekspert i spillelovgivning. Der foreligger således underbygning af, at der er tale om spil.

Det er ikke korrekt, at det i udsendelsen bliver sagt, at DubLi opkræver et gebyr for salg af [Person B]s aktier. Det oplyses alene, at det vil koste godt 8000 kr., hvilket fremgår af en e-mail fra [Person B]s bank. Bag på aktien står, at det kræver tilladelse at sælge aktien det første år.

Særligt om anvendelse af anonyme kilder

I udsendelsen anvender kilden "Peter" udtrykket "fup og svindel" om DubLi. Udtrykket dækker over hans egen opfattelse og må betegnes som en værdidom.

DR har haft fuld indsigt i "Peters" dokumenter vedrørende DubLi, og det er ud fra oplysningerne DR's opfattelse, at "Peters" skøn af, at han har omsat for minimum 2, måske 3, millioner er realistisk. Dokumentation kan af hensyn til kildebeskyttelsen ikke fremlægges.

DR finder oplysningen fra "Peter" om, at andre folk har optaget lån for at være med i DubLi, troværdig, og den bakkes videre op af andre kilder samt de begejstrede salgstaler fra DubLi.

DR har efterprøvet oplysningerne fra den anden kilde, den anonyme unge mand, og ligeledes fundet dem troværdige. [Person A] lovede i udsendelsen at kompensere ham, og manden har efterfølgende fremsendt oplysninger til DubLi, men har intet hørt.

Begrundelsen for "Peters" anonymitet er ikke frygt for repressalier fra DubLi's side, men at vække vrede hos andre investorer, hvilket fremgår af hans udtalelser. Samme begrundelse gælder for den unge anonyme mand. DR hverken kan eller vil oplyse identiteten på kilderne, som har kildebeskyttelse, jf. retsplejelovens § 172.

Særligt om ekspertkilderne

DR har været i besiddelse af tilstrækkeligt faktuel grundlag for at bringe eksperternes udtalelser om klagers forretningskoncept. Udtalelserne er forelagt klager, og klagers svar er i relevant omfang medtaget i programmet.

3 Pressenævnets begrundelse og afgørelse:

I sagens behandling har følgende nævnsmedlemmer deltaget:

Thomas Rørdam, Hans Peter Blicher, Lene Sarup og John Meinert Jacobsen.

Pressenævnet bemærker indledningsvis, at det ligger uden for nævnets kompetence at pålægge et medie at udlevere råmateriale. Det ligger endvidere uden for nævnets kompetence at tage stilling til, om retsplejelovens bestemmelser om kildebeskyttelse kan anvendes.

Klagers rettidighed

Klage over DR's overtrædelse af god presseskik skal først indgives til DR. Dette skal ske inden fire uger efter offentliggørelsen jf. medieansvarsloven § 34, stk. 3. Klage til Pressenævnet over DR's svar skal indgives senest fire uger efter, at svaret er kommet frem til klager, jf. medieansvarslovens § 34, stk. 3, sidste punktum.

Udsendelsen blev bragt den 30. oktober 2012. Klage blev indgivet til DR den 26. november 2012 med supplerende breve af 5. december og 27. december 2012. DR har den 3. december 2012 og den 21. januar 2013 afvist at behandle de klagepunkter, der er indeholdt i brevene af 5. december og 27. december 2012, med henvisning til, at klagefristen er overskredet, medmindre klagepunkterne også fremgår af brevet af 26. november 2012. DR har samtidig vejledt klager om muligheden for at klage særskilt over dette til Pressenævnet senest fire uger efter DR's svar. Klager ses ikke at have klaget til Pressenævnet over DR's afvisninger forud for klagen af 26. februar 2013.

Pressenævnet finder, at nye klagepunkter, der er fremsat over for DR efter udløb af klagefristen, ikke er rettidige, jf. medieansvarslovens § 34, stk. 3. Derimod finder nævnet, at de underbyggende kommentarer mv. til den oprindelige klage af 26. november 2012 i brevene af 5. og 27. december 2012 kan indgå.

Korrekt information

Det følger af de vejledende regler for god presseskik, at det er massemediernes opgave at bringe korrekt og hurtig information. Så langt det er muligt, bør det kontrolleres, om de oplysninger, der gives, er korrekte jf. punkt A.1.

Pressenævnet finder, at udsagnene "... og du har gået konkurs ...", "... vi har fået en stribe mails fra jer seere, som føler sig snydt...", "Direktør [Person A] forklarer, at firmaets store omsætningsfremgang stammer fra gavekortauktionen...", "...indløsningen af gavekortene kræver, at hun betaler det samme beløb én gang til af egen lomme...", "[Person B] er bare én ud af flere hundrede danskere, som via deres venner er blevet overtalt til at investere i DubLi...", "I sin bank får [Person B] at vide, at hun skal bruge DubLis tilladelse til at sælge aktierne, og at det vil koste godt 8.000 kroner.", "Jeg ved, at der er nogle af mine kollegaer, de har over 200.000 i manko på det her, i gennemløbende år allerede.", "Der er folk, der har belånt deres hus, der har taget nye lån op for at kunne deltage i det her cirkus.", "Jamen jeg har i hvert fald omsat for to millioner danske kroner. I hvert fald – og det er lavt sat. Jeg har sandsynligvis omsat for tre.", "Ja, det lyder jo bestemt ikke rart, og det er slet ikke den version, man får, når man er til hvervemøde hos DubLi" og "Hun blev "lokket" ind i DubLi for et år siden" indeholder faktuelle oplysninger.

Parterne har afgivet modstridende forklaringer om, hvorvidt de nævnte oplysninger er korrekte og om, hvorvidt de eksperter, som udtaler sig i udsendelsen, udtaler sig på et rigtigt eller forkert grundlag. På grund af de begrænsede muligheder for at føre bevis for Pressenævnet kan nævnet ikke tage stilling til, hvilke forklaringer der er de rigtige. Nævnet udtaler derfor ikke kritik af DR for manglende dokumentation for oplysningerne.

Nævnet finder, at udsendelsen ikke indeholder påstande om, at DubLi koncept er et "pyramidespil", og nævnet finder derfor heller ikke på dette punkt grundlag for kritik af DR.

Derimod finder tre af Pressenævnets medlemmer - Thomas Rørdam, Lene Sarup og John Meinert Jacobsen - at udsagnene "Men du har valgt at være anonym – hvorfor det? [...] Så du frygter simpelthen for din sikkerhed? Ja, det gør jeg, det er der ingen tvivl om." og "Denne unge mand har henvendt sig til os efter mødet i Odense. Han vil gerne være anonym af frygt for repressalier." giver indtryk af, at det er DubLi, som de anonyme kilder frygter. Det er der ikke belæg for. Derfor får DR kritik på disse punkter. Det kan ikke føre til et andet resultat, at det efter det oplyste ikke har været DR's hensigt at give indtryk af, at det er DubLi, som de anonyme kilder frygter.

Et medlem – Hans Peter Blicher – finder, at Kontant har ladet to kilder optræde anonymt, da kilderne efter eget udsagn er bange for repressalier. Kildernes frygt fremstår uspecifik og peger hverken direkte eller indirekte mod DubLi Inc, DubLi Network eller DubLi.com - i det følgende omtalt som DubLi. Heller ikke i udsendelsen i øvrigt hævdes det direkte eller antydningssvis, at DubLi skulle have udvist truende adfærd. Hvilket indtryk seerne får af de pågældende udsagn er derfor spekulativt. Følgelig kan udsagnene ikke give anledning til kritik.

Der afsiges kendelse efter flertallet. Nævnet udtaler herefter kritik af DR på disse punkter.

Udsagnene "... er smarte og ivrige sælgere i fuld gang med at lokke os danskere til at investere..." og "Jamen, jeg vil beskrive det, altså min personlige mening det er, at det er fup og svindel." fremstår som DR's og kildernes vurderinger, og nævnet finder ikke grundlag for at udtale kritik af DR for at have offentliggjort vurderingerne.

Forelæggelse mv.

Oplysninger, som kan være skadelige, krænkende eller virke agtelsesforringende for nogen, skal efterprøves i særlig grad, inden de bringes, først og fremmest ved forelæggelse for den pågældende jf. punkt A. 2. Et medie risikerer kritik, såfremt det kan lægges til grund, at væsentlige oplysninger er udeladt eller aftale tilsidesat.

Pressenævnet finder, at de ovenfor nævnte faktuelle oplysninger kan være skadelige for klagerne og de har derfor skullet efterprøves i særlig grad, herunder navnlig ved forelæggelse for klagerne. Der er givet modstridende forklaringer om, hvorvidt klagerne i tilstrækkeligt omfang har haft mulighed for at kommentere de faktuelle oplysninger. Nævnet har ikke mulighed for tage stilling hertil, men må efter de

foreliggende oplysninger lægge til grund, at DR i relevant omfang har forelagt de skadelige oplysninger for [Person A], og at hans kommentarer er medtaget i udsendelsen. Nævnet udtaler derfor ikke kritik af DR for manglende forelæggelse.

Nævnet udtaler heller ikke kritik af DR for at have udeladt væsentlige oplysninger og bemærker i den forbindelse, at redaktøren i overensstemmelse med det almindelige princip om redaktørens ret til at redigere mediet er berettiget til at beslutte, hvilke oplysninger, man vil bringe i mediet.

Kildekritik

Kritik bør udvises over for nyhedskilderne, i særdeleshed når disses udsagn kan være farvet af personlig interesse eller skadevoldende hensigt jf. punkt A.2.

Som sagen er oplyst finder nævnet ikke grundlag for at fastslå, at DR har undladt at udvise den fornødne kildekritik over for de anonyme kilder og [Person B]. Nævnet har herved lagt vægt på, at udsendelsen gengiver kildernes forklaring af deres oplevelser med DubLi. Kildernes udtalelser fremstår tydeligt som deres vurderinger, og det fremgår klart, at der er et modsætningsforhold mellem klager og kilderne. Nævnet finder derfor ikke grundlag for at udtale kritik af DR for at bringe en gengivelse af kildernes oplevelser. Nævnet har i øvrigt lagt vægt på, at [Person A] efter det oplyste har fået mulighed for at kommentere kildernes udtalelser. Nævnet udtaler derfor ikke kritik af DR.

Angreb og svar i sammenhæng

Angreb og svar bør, hvor det er rimeligt, bringes i sammenhæng og på samme måde jf. punkt A.4.

Parterne har afgivet modstridende forklaringer om sammenklipningen af interviewet med [Person A]. Det er nævnets opfattelse, at det klart af udsendelsen fremgår, hvad [Person A] udtaler sig om. Nævnet udtaler derfor ikke kritik af DR.

Nævnet finder, bortset fra det kritiserede forhold, heller ikke i øvrigt grundlag for at udtale kritik af DR.

I medfør af medieansvarslovens § 49 pålægger Pressenævnet herefter den ansvarshavende redaktør af DR at offentliggøre følgende:

Værten i Kontant oplæser følgende i begyndelsen af førstkommande udsendelse:

”DR får kritik for udsendelse om DubLi Inc, DubLi Network og DubLi.com.

Det drejer sig om programmet Kontant sendt tirsdag den 30. oktober sidste år. Programmet handlede om et særligt forretningskoncept, et network marketing, hvor firmaet på et hvervemøde har reklameret for konceptet for at få nye interesserede til at investere i det.

I udsendelsen optrådte blandt andet to anonyme kilder.

Den ene fik spørgsmålet ”...så du frygter simpelthen for din sikkerhed?” og hertil svarede den pågældende: ”Ja, det gør jeg, det er der ingen tvivl om.”

Om den anden anonyme kilde oplyste værten i Kontant: ”Denne unge mand har henvendt sig til os efter mødet i Odense. Han vil gerne være anonym af frygt for repressalier.”

Udsendelsen kan på disse punkter give seerne det indtryk, at det er DubLi Inc, DubLi Network og DubLi.com, de anonyme kilder frygtede, men sådan forholder det sig ikke.

Derfor får DR kritik af Pressenævnet.

De kan læse mere om afgørelsen på nævnets hjemmeside, som har denne adresse [her indsættes et skilt med følgende adresse: www.pressenaevnet.dk] www.pressenaevnet.dk”

Afgjort den 21. maj 2013