

Udskriftsdato: 11. januar 2026

KEN nr 10043 af 30/10/2017 (Gældende)

Pressenævnets kendelse i sag nr. 2017-80-0015

Ministerium: Justitsministeriet

Journalnummer: 2017-80-0015

Pressenævnets kendelse i sag nr. 2017-80-0015

Politiken kritiseres for artikel med plagiatbeskyldninger

Virksomheden Ronald A/S og direktøren har klaget til Pressenævnet over en kommentar om designkopier i Politiken. I artiklen beskyldes virksomheden blandt andet for plagiat af en vindhætte.

Plagiatbeskyldningerne i artiklen var baseret på det forhold, at der i februar 2017 blev afholdt et møde mellem en opfinder og Ronald A/S' direktør. Netto begyndte i juni 2017 at sælge en vindhætte produceret af Ronald A/S. Imidlertid blev aftalen mellem Netto og Ronald A/S indgået i sommeren 2016. En ordrebekræftelse fra august 2016 viser, at vindhætterne skulle leveres til Netto senest i januar 2017.

Pressenævnet finder således, at Politiken har tilsidesat god presseskik ved ikke at kontrollere, hvornår den pågældende ordre blev givet. Nævnet har også kritiseret andre forhold i artiklen.

Ronald A/S og [Direktøren] har klaget til Pressenævnet over artiklen *"Designkommentar: Så længe vi alle køber designkopier, har kopisterne frit spil"* bragt på Politikens hjemmeside den 17. juni 2017 og samme dag i papirudgaven under overskriften *"DESIGNKOMMENTAR: Når vi selv køber kopier, er vi med til at undergrave designerne"*, idet klagerne mener, at god presseskik er tilsidesat.

Ronald A/S og direktør [Direktøren] har klaget over, at Politiken indeholder oplysninger, der er faktuel forkerte og skadelige for direktøren og Ronald A/S, og at Politiken ikke har rettet fejlene tilstrækkeligt.

1 Sagsfremstilling

Forud for offentliggørelsen af den påklagede artikel mødtes administrerende direktør i Ronald A/S, [Direktøren], og [Person A] i februar 2017. Under mødet præsenterede [Person A] [Direktøren] for sine vindhætter. Efterfølgende havde supermarkeds kæden Netto Ronald A/S' vindhætter til salg. [Person A] offentliggjorde den 11. juni 2017 følgende Facebook-opslag:

"Så skete det jeg frygtede ...

For fire måneder siden var jeg inviteret til en netværksfrokost i Farum. På mødet deltog vi syv personer, som hver især fik en lille runde om bordet, for at fortælle hvem vi var, og hvad vi lavede. På mødet deltog bl.a. et par advokater, en modemand, en konsulent og [Direktøren]. Danmarks Radios tidligere generaldirektør. Især [Direktøren] udviste stor interesse for mit produkt, phoamy, og han satte dagen efter et møde op med mig og en virksomhed, Descom, som han sidder i bestyrelsen for. Efter nogle uger fik jeg af Descom at vide, at de ikke ønskede at forhandle mit produkt alligevel. Meget forsinket returnerede de mine varer, og nu kommer jeg så til pointen, som i går fik min verden til at vælte ...

I denne uge sælger Netto phoamy som et tarveligt kopiproduct til 20 kr. Producenten er en virksomhed, der hedder Ronald A/S, som ligger på Østerbro. Og gæt hvem, der er deres adm. dir.? Korrekt – [Direktøren].

Havde jeg vidst, at [Direktøren] ville udnytte et netværksmøde til at kopiere min idé, havde jeg spist en klapsammen herhjemme. Og havde jeg vidst, at tyven, [Direktøren], har Netto som SIN FASTE hæler, var jeg blevet hjemme på sofaen (det var en søndag) □ [Direktøren] og Netto gjorde nøjagtig det samme sidste år, hvor de kopierede [Person B] og satte en kopi af hendes keramik til salg – til danskervenlige nettopriser.

Jeg er naturligvis i chok over, at [Direktøren] vil forsøge at ødelægge dansk iværksætter i ved at lave tarvelige kopier og sælge dem til Netto. Men jeg er mest rystet over, at Dansk Supermarked overhovedet ønsker at aftage Ronalds produkter. Det er lavt og det er tarveligt.

Eneste trøst er, at kopien er rasende ringe ...

DEL DEL DEL! ! Hjælp mig med at sætte en stopper for [Direktøren]s kopier”

Den 15. juni 2017 offentliggjorde [Person A] endnu et opslag på Facebook. Af opslaget fremgik følgende:

”Oven på al virakken omkring mit facebook-opslag, vil jeg uddybe, hvorfor jeg handlede, som jeg gjorde.

I min verden består sagen af følgende ingredienser:

Et netværksmøde i slut februar, 2017

En begejstret [Direktøren]

En e-mail om et møde mellem Descom og mig (et møde [Direktøren] sætter op, da han sidder i bestyrelsen for virksomheden)

Et afslag fra Descom fordi prisen på phoamy var for høj

En phoamy-plagiat i Netto

Ronald A/S's omdømme og tidligere sager

Sagen kort:

Til en lille netværksfrokost i Farum viser jeg [Direktøren] mit produkt. Han begejstres, synes det er super smart – så smart, at han sætter mig i forbindelse med en virksomhed, han selv sidder i bestyrelsen for. Det er jeg ham taknemlig over. Jeg holder mødet, virksomheden virker begejstret, de låner mine produkter, er lidt længe om at svare på mine efterfølgende henvendelser og er længe om at returnere produkterne. Jeg afvises med begrundelsen, at phoamy er et nicheprodukt og for dyrt.

10. juni 2017 har Netto et meget lignende men meget billigere produkt til salg, der, hvis man fjerner æstetik, print, farver, brandnavn, eksklusiv emballage og design, minder mistænkeligt meget om min phoamy. På siden af æsken kan man finde producentens navn. Ronald A/S, som har [Direktøren] som CEO.

Da jeg opdager det, braser min verden sammen. De forudgående omstændigheder taget i betragtning, samt historikken fra Ronald A/S gør, at jeg lægger to og to sammen. Efter at have købt produktet, ringer jeg til [Direktøren], for at få en forklaring, men han tager den ikke telefonen, og derfor venter jeg til søndag med at skrive på facebook, som jeg har gjort. Og så ruller historien.

Der er så mange mistænkelige faktorer som gør, at jeg i mit facebook opslag anfører, at [Direktøren] har ladet sig inspirere alt for meget af min idé (kalder ham en tyv, hvilket var dumt), da jeg i en blanding af

skuffelse, raseri og affekt udtrykker mig på facebook. Hvis der er noget, jeg beklager i denne sag, så er det, hvis de ord har medvirket til, at [Direktøren] er blevet truet. Det må dog stå for folks egen regning, og jeg synes ikke det er denne debat værdigt. For det er en debat, der er startet her. Jeg bliver af Ronald A/S og [Direktøren] anklaget for injurier, hvilket har fået mig til at overveje grundigt – tog jeg fejl?

Jeg har gennemgået forløbet i mit hoved igen og igen, og jeg står ved, hvorfor jeg skrev, som jeg gjorde, d. 11. juni? Hvorfor skulle [Direktøren] sætte et møde op med Descom og mig, hvis Ronald A/S allerede havde produktet i sortiment? Hvordan kan jeg tro andet end, at de ikke havde det, oven på [Direktøren]s begejstrede modtagelse af phoamy? Det naturlige i denne situation ville være, hvis [Direktøren] havde sagt, "Ej, hvor sjovt, det produkt har vi også hos Ronald". [Direktøren] har senere udtalt, at han ikke vidste, at Ronald havde det i sortiment. Hvis ikke deres egen CEO skulle vide det, hvem skulle så? Skulle jeg? Jeg synes også det ville have klædt [Direktøren] at kontakte mig inden Ronalds produkt kom i handlen – det havde været rart, og det havde givet mig en mulighed for at reagere mere rationelt. I øvrigt er det ikke et smykke, en vase eller en taske – det er et helt nyt produkt/kategori, så den er svær at glemme i mængden.

Hvordan kan jeg tro andet, end at Ronalds produkt er en efterligning, når Descom var så længe om at returnere varen? Hvordan kan jeg tro andet, når Descom mener produktet skal langt længere ned i pris, og det så efterfølgende ligger til salg for 20 kr. i Netto?

Intet og ingen pegede på, at Ronald A/S som påstået allerede havde en ordre liggende fra Netto, da jeg præsenterer phoamy for både [Direktøren] og Descom. For dem var phoamy et helt nyt produkt.

For Ronald er en vindhætte måske bare et stykke skum, der filtrerer vindstøj

For mig er det otte års udvikling af design, website, branding, navn og en kæmpe investering – både emotionelt, udviklingsmæssigt og økonomisk.

Ville du have troet anderledes?

Det spørgsmål er sikkert nemmest at svare på, hvis man som jeg har lagt hjerteblod i sit produkt, for pludselig at finde det i en degraderet version på en spothylde i Netto. Men enhver med sund fornuft, ville med garanti tænke sit ...

Jeg står ved mine udtalelser om, at man ikke kan undgå kopier. Det jeg harcelerer over, er måden det er foregået på. Jeg synes det er skammeligt, når danske iværksættere og designere kæmper forrest, mens der i bagkæden render en stor spiller rundt, og skeler voldsomt til vores anstrengelser ...

Hvad angår sagen om Pinocc. Jeg fik idéen til phoamy i 2009, men fordi jeg hverken havde fundet den optimale løsning eller havde økonomien til at føre den ud i livet, skulle der gå seks år, før phoamy var klar, helt præcist 18. november, 2015 i humac. Det krævede rejser til flere forskellige lande og producenter, talrige prototyper som fejlede, patentansøgninger mm. Jeg blev først bekendt med Pinocc i efteråret 2015, efter jeg havde sat Phoamy i produktion. Pinocc har lige som jeg, gjort sig umage med at udvikle et brand. De har fundet på et navn, lavet en hjemmeside, udviklet et produkt og nogle flotte designs. Jeg har – af naturlige årsager - hverken set eller kigget på Pinoccs løsning, da den er udviklet parallelt med mig. For god ordens skyld skal nævnes, at den endelige version af phoamy blev sat i produktion i juni 2015, og at min kone købte Pinoccs produkter i august 2015, efter vores datter via et Instagram-opslag bliver opmærksom på, at Pinocc findes.

Vi er heldigvis endt op med to forskellige løsninger.

Jeg er udmærket klar over, at jeg, Pinocc og hvem der ellers måtte være derude, ikke har opfundet den dybe tallerken eller en vaccine mod kræft. Det er bare SKUM! Men det er skum, jeg har udviklet over tid, så det på optimal vis og med mest mulig æstetik fjerner det, vi hos phoamy er så trætte af – nemlig vindstøj. Så kan det godt være, at opfinder er for stort et ord, men det er i hvert fald noget, jeg selv har fundet på!

Så nu spørger jeg dig, kære læser. Burde jeg have handlet anderledes?

Døm selv.

Vh

[Person A]

Finde-på mand og iværksætter”

Politiken.dk bragte den 17. juni 2017 kl. 22.38 artiklen *”Designkommentar: Så længe vi alle køber designkopier, har kopisterne frit spil”*. Artiklen blev desuden samme dag bragt på side 11 i 3. sektion i den trykte avis under overskriften *”DESIGNKOMMENTAR: Når vi selv køber kopier, er vi med til at undergrave designerne”*. På politiken.dk blev artiklen efterfølgende opdateret. Artiklen er indledningsvist illustreret af et billede med følgende tekst:

”Iværksætteren [Person A] benyttede sig i sidste weekend af de sociale medier for at gøre opmærksom på, at han oplevede, at [Direktøren] havde kopieret hans produkt. Det er [Person A]s vindhætter, Phoamy, til højre, mens [Direktøren]s produkt er til venstre. ”

Af den opdaterede artikel fremgår herefter følgende:

”Ugen har budt på endnu en sag om designkopivarer. Men trods shitstorme kan kopisterne desværre tage det roligt – der vil altid være kunder til deres skrammel.

For et stykke tid siden kom jeg til at købe en kopi. Eller noget, som jeg tror, var en kopi. I min lokale Netto fandt jeg en japansk støbejernstekande til under 100 kroner. Jeg slæbte den med hjem, og der gik det op for mig, at tekanden aldrig havde sat sine ben i Japan, men var Made in China.

Sådan en kande plejer at koste tæt på 1.000 kroner, og når jeg tænker mig om, må jeg indrømme, at jeg godt vidste, at den nok ikke havde noget med Japan at gøre, da jeg købte den. Men jeg ville så gerne eje sådan en, og da den kostede under 100 kroner, kunne jeg bare ikke lade være.

Sådan tror jeg, at mange har det. Vi køber ting, som vi godt ved ikke er helt, hvad de foregiver at være. Men fordi de er så billige, eller fordi vi vælger at lukke øjnene for realiteterne, kan vi ikke lade være.

Supermarkeder lokker med kopier

Det er derfor, vi konstant hører om kopihistorier i designverdenen. Der er jo et marked for lortet. De fleste er godt klar over, at de køber en kopi, hvis de finder et produkt, de kender i forvejen, til en pris, de ikke troede var mulig. Er det så oven i købet i et supermarked, og er det fremstillet langt fra Danmark, er risikoen for at købe en kopi endnu større. ”

Artiklen er illustreret med et billede med følgende tekst:

”Keramikeren [Person B] sagsøgte sidste år [Direktøren] og Netto for at have kopieret hendes keramik. Sagen er endnu ikke afgjort, men kommer sandsynligvis til at koste [Person B] omkring 500.000 kroner.”

Herefter fortsætter artiklen:

”Vil jeg påstå – på basis af mine egne fordomme, men også ud fra de historier, der særligt det seneste år er dukket op om kopivarer i designbranchen. Er produktet samtidig skabt af et firma, der hedder Ronald A/S, er chancen for, at det er kopieret fra nogle andre, endnu større. I hvert fald hvis man skal tro de historier, der dukker op i aviserne og på de sociale medier.

I sidste weekend anklagede iværksætteren [Person A] virksomheden Ronald A/S og dets direktør, den tidligere generaldirektør i DR, [Direktøren], for at have tyvstjålet en skumgummihætte, som man kan bruge til et headset, når man skal tale i telefon udendørs. [Person A] har ifølge eget udsagn præsenteret sådan en vindhætte for [Direktøren], som afviste at sætte den i produktion. Hvorefter [Person A] kunne se noget, der lignede hans produkt, til blot 20 kroner i Nettos tilbudsavis i sidste uge.

Men det er da suspekt, at [Direktøren] sender en vindhætte på gaden efter et møde med [Person A] om samme emne.

Det førte til en større shitstorm på Facebook mod [Direktøren], der har forsvaret sig med, at han selvfølgelig ikke har kopieret [Person A], og at ethvert sammenfald med [Person A]s produkt skyldes, at [Direktøren] ikke har overblik over, hvad hans 70 ansatte i Ronald A/S går rundt og foretager sig.

[Direktøren] under anklage for tredje gang

[Direktøren] står ret svagt i denne sag, for det er ikke længe siden, at han måtte indgå et forlig med Ferm Living, hvis ideer hans firma havde kigget lidt for tæt på. Sidste år lagde keramikeren [Person B] sag an mod ham og Netto for at have kopieret nogle af hendes krukker.

Den sag er endnu ikke afsluttet, men ser ud til at koste [Person B] en halv million kroner i sagsomkostninger, hvilket er noget af en sjat for et firma, der på ingen måde kan matche giganten Netto – eller bare Ronald A/S. I 2010 fik den danske smykkedesigner [Person C] erstatning, fordi Ronald A/S havde kopieret en af hendes halskæder, og ifølge TV 2 er det nu tredje gang, [Direktøren] er involveret i en kopisag.

Om [Direktøren] har kopieret [Person A], skal jeg ikke kunne afgøre, for [Person A] er jo ikke den eneste i verden, der har opfundet en vindhætte. Et svensk firma påstår faktisk, at de fremstillede sådan en vindhætte for år tilbage, og at [Person A]s kone har købt vindhætter af dem for to år siden.

Men det er da suspekt, at [Direktøren] sender en vindhætte på gaden efter et møde med [Person A] om samme emne. Og mærkeligt, at [Direktøren] ikke informerer [Person A] om, at hans firma er i gang med at udvikle en vindhætte selv. Det ville have været god stil.

Det mest oprørende ved hele sagen er dog, at [Direktøren] og hans firma konstant roder sig ud i anklager om kopiering. Og svarer igen med at sagsøge små selvstændige designere. Det er uholdbart og må få [Direktøren] til at overveje, om han har valgt et forretningskoncept, der kan holde på langt sigt.

Vi undergraver vores designtradition

Når vi gang på gang hører om kopisager – der for at være fair ikke begrænser sig til Ronald A/S, men også har flere andre virksomheder, der sælger livsstilsprodukter – så er det jo, fordi der er et marked for dem. Fordi vi som forbrugere er for dumme til at sige nej.

Ja, dumme, for jeg tror ikke, det handler om økonomi, men om at vi er ligeglade. Det udnytter kopisterne og supermarkederne, som vil tjene lette penge uden at skulle bruge tid og energi på seriøs produktudvikling. Det er ærgerligt, for det undergraver den tradition, vi har for at udvikle godt design i Danmark. En tradition, som vi meget gerne vil fortælle alle om, når vi er ude at rejse.

Tekanden røg i øvrigt ud i skraldespanden med metalaffald efter en måneds tid. Den rustede så hurtigt, at jeg ikke kunne gennemskue, om teen blev gylden af teblade eller rust. Den tvivl ville jeg ikke byde min krop, så kanden måtte videre. Ligesom man burde gøre med alle andre designkopier. De holder bare ikke i længden. ”

Klagerne klagede den 18. juni 2017 til Politiken og anmodede samtidig avisen om at fjerne artiklen på politiken.dk. Artiklen på politiken.dk blev den 19. juni 2017 tilføjet følgende afsnit:

”Rettelse: I en tidligere version stod der, at det er niende gang, [Direktøren] er involveret i en kopisag - det fremgik desuden af en mellemoverskrift. Siden hans tiltræden som administrerende direktør for Ronald A/S i 2013 har virksomheden imidlertid kun haft tre kopisager. De ni sager, der opregnes af TV 2, indbefatter sager fra før [Direktøren]s tiltræden. Vi beklager fejlene. ”

En lignende rettelse blev bragt i papirudgaven den 20. juni 2017 i spalten ”*Fejl og Fakta*” i 1. sektion på side 2 i den trykte avis. Politiken afviste at slette artiklen fra politiken.dk.

Yderligere oplysninger

Ronald A/S har over for Pressenævnet fremlagt kopi af et telefonnotat af 10. juli 2017, hvoraf det fremgår, at der afgives en ordre på 5.052 ”headset cover set” til levering i december 2016. Der er videre fremlagt en ordrebekræftelse af 22. august 2016 på 5.052 vindhætter. Køberadressen er delvist sløret, således at byen Guangdong i Kina alene fremgår. Det fremgår bl.a. af bekræftelsen, at leverancen skal afsendes den 28. september 2016, og at levering skal ske til ”Hecksher sea CPH”. Herudover er der fremlagt en ”Proforma invoice” af 27. september 2016 for 5.400 vindhætter. Leveringstidspunktet er anført til ”before or on January 5th, 2017”.

2 Parternes synspunkter

2.1 Ronald A/S og [Direktøren]s synspunkter

Baggrund

[Direktøren] har siden 2013 været administrerende direktør for Ronald A/S, der designer og producerer et bredt sortiment af basistekstiler, smykker, tasker, sko, accesories, samt indendørs og udendørs produkter til have, bolig, leg og fritid. Produkterne sælges videre til bl.a. detailhandlen. [Direktøren] er videre bestyrelsesmedlem i IT-firmaet Descom.

Ronald A/S og [Direktøren] har anført, at [Person A] har udviklet produktet ”Phoamy”, der er en vindhætte til at reducere vindstøj i mobiltelefoner. Phoamy sælges i Humac, 3-forretninger og på phoamy.dk samt direkte til virksomheder som reklameobjekt.

I februar 2017 deltog [Direktøren] forud for en fodboldkamp i en frokost på Farum Park, hvor [Person A] ligeledes deltog. Under frokosten fortalte [Person A] om sit firma og efterfølgende satte [Direktøren] [Person A] i forbindelse med firmaet Descom, der kunne være en potentiel kunde for Phoamy.

I starten af juni 2017 markedsførte Netto 11 af Ronald A/S’ produkter i forbindelse med cykeltema i kædens forretninger. Et af produkterne var en vindhætte til at reducere vindstøj i mobiltelefonmikrofoner. Det fik [Person A] til at skrive et opslag på Facebook den 11. juni 2017, hvori [Person A] bl.a. beskyldte [Direktøren] og Ronald A/S for at have kopieret hans produkt og for at ødelægge dansk iværksætter.

Netto havde bestilt vindhætterne hos Ronald A/S allerede den 10. juli 2016, dvs. otte måneder forud for frokosten i Farum i februar 2017. Efterfølgende den 22. august 2016 afgav Ronald A/S en indkøbsordre på 5.052 stk. vindhætter hos en af selskabets producenter i Kina. Det fremgik af ordren, at vindhætterne skulle afsendes med fragt den 28. september 2016. Ronald A/S modtog den 27. september 2016 en proformafaktura som bekræftede indkøbsordren. Vindhætterne blev efterfølgende leveret til Netto A/S.

Både modtagelsen og gennemførelsen af ordren blev altså foretaget længe før, [Direktøren] mødte [Person A] og fik kendskab til hans firma. Ronald A/S og [Direktøren] reagerede straks på [Person A]s udtalelser, både i form af telefonopkald, messengerbeskeder, og ved fremsendelse af et anbefalet brev, som [Person A] modtog først på eftermiddagen den 12. juni 2017.

[Person A] reagerede ikke på henvendelserne, men gentog den 12. juni 2017 sine beskyldninger i Aftenshowet på DR og i Radio24syv. Den 15. juni 2017 offentliggjorde han endnu et opslag på Facebook.

God presseskik

Ifølge klagerne indeholder artiklen oplysninger, der er faktuelte forkerte, og som både er skadelige og krænkende for Ronald A/S og for [Direktøren]. Hverken Ronald A/S eller [Direktøren] er blevet kontaktet af Politiken i forbindelse med artiklens tilblivelse.

Politiken har efter offentliggørelsen givet udtryk for, at artiklen er en personlig kommentar, der ikke er underlagt reglerne om god presseskik. Vejledningen til reglerne om god presseskik anfører imidlertid tydeligt, at reglerne omfatter både redaktionelt stof og redigerede debatindlæg. Den pågældende artikel er skrevet af en journalist ansat ved Politiken. Der er tale om redaktionelt stof, der da også fremstår som sådant. Der er ikke tale om en form for ”personlig kommentar”, der kan unddrages reglerne for god presseskik. Artiklen er under alle omstændigheder som minimum at sidestille med et redigeret debatindlæg underlagt reglerne om god presseskik.

Det står naturligvis journalisten frit for at ytre sin mening om, at det efter hans opfattelse er et problem, at designere på grund af omkostningerne ved at føre retssag kan vælge at afstå fra at føre sager om plagiat. Retten til at give udtryk for sine personlige holdninger kan dog på ingen måde udstrækkes til

at danne grundlag for, at der gives faktuel forkerte oplysninger, som i øvrigt er både skadelige og krænkende.

Såfremt det alene var journalistens hensigt at fremkomme med kommentarer, fremgår dette på ingen måde klart. De nævnte oplysninger fremstår både isoleret set og i sammenhæng med det øvrige indhold i artiklen som faktiske oplysninger.

Artiklen fremsætter faktuel forkerte og krænkende oplysninger. Bl.a. angiver artiklen følgende:

1. ”I sidste weekend anklagede iværksætteren [Person A] virksomheden Ronald A/S og dets direktør, den tidligere generaldirektør i DR [Direktøren], for at have tyvstjålet en skumgummihætte, som man kan bruge til et headset, når man skal tale i telefon udendørs. [Person A] har ifølge eget udsagn præsenteret sådan en vindhætte for [Direktøren], som afviste at sætte den i produktion.”

Ad 1

[Person A] har på intet tidspunkt udtalt, at han har præsenteret sit produkt for [Direktøren], og at [Direktøren] har afvist at sætte det i produktion. Som det også fremgår af [Person A]s opslag på Facebook den 11. og 15. juni 2017, mødte [Person A] og [Direktøren] hinanden til en frokost i februar 2017. Under frokosten fortalte [Person A] om sit firma, og [Direktøren] satte ham derefter i kontakt med virksomheden Descom, der kunne være en potentiel kunde for [Person A]. [Direktøren] var ikke derudover involveret i deres drøftelser, og der har således på intet tidspunkt været tale om, at [Person A] har præsenteret sit produkt for [Direktøren], eller at [Direktøren] har afvist at sætte det i produktion.

2. ”Det førte til en større shitstorm på Facebook mod [Direktøren], der har forsvaret sig med, at han selvfølgelig ikke har kopieret [Person A], og at ethvert sammenfald med [Person A]s produkt skyldes, at [Direktøren] ikke har overblik over, hvad hans 70 ansatte i Ronald A/S går rundt og foretager sig.”

Ad 2

Efter [Person A] offentliggjorde sine beskyldninger mod Ronald A/S og [Direktøren], har [Direktøren] gentagne gange, inden Politiken bragte artiklen af 17. juni 2017, udtalt til diverse medier, at han kan dokumentere, at Ronald A/S modtog og gennemførte ordren fra Netto længe før, [Direktøren] mødte [Person A] og fik kendskab til hans firma.

Dette fremgår bl.a. af artikler i andre medier. Der er henvist til artiklerne ”[Direktøren] beskyldes for idétyveri: Netto fjerner smartphone-tilbehør fra hylderne” af 11. juni 2017 på dr.dk, ”[Direktøren] efter beskyldninger fra iværksætter: ”Det er groft injurierende” af 11. juni 2017 på jyllands-posten.dk og ”[Direktøren] og iværksætter i krig om ’kopivare’: Her er min dokumentation” af 12. juni 2017 på ekstrabladet.dk.

[Direktøren] har således på intet tidspunkt udtalt eller givet udtryk for, at ”ethvert sammenfald med [Person A]s produkt skyldes, at jeg ikke har overblik over, hvad de 70 ansatte i Ronald A/S går rundt og foretager sig”. Derimod har [Direktøren] imødegået [Person A]s kritik af, at [Direktøren] ikke allerede, da de mødtes, nævnte, at Ronald A/S havde en vindhætte i sortimentet, med den begrundelse, at Ronald A/S årligt har mere end 4.000 produkter i sortiment som løbende opdateres, og at [Direktøren] derfor ikke havde eller kan forventes at have overblik over samtlige produkter.

3. "[Direktøren] er under anklage for niende gang."

Ad 3

[Direktøren] tiltrådte som direktør for Ronald A/S i november 2013. Siden da har Ronald A/S været involveret i tre sager om kopiering, hvoraf den ene er sagen mod [Person A]. Oplysningen om, at [Direktøren] er "under anklage for niende gang" er således faktisk forkert. Ronald A/S er i øvrigt ikke blevet dømt i en eneste retssag om kopiering.

Politiken.dk rettede den 19. juni 2017 den faktisk forkerte oplysning i artiklen om at "det er niende gang, [Direktøren] er involveret i en kopisag". Politiken foretog dog alene rettelser i artiklens tekst. Overskriften "[Direktøren] under anklage for niende gang" blev ikke ændret.

4. "[Direktøren] står ret svagt i denne sag, for det er ikke længe siden, at han måtte indgå et forlig med Ferm Living, hvis ideer hans firma havde kigget lidt for tæt på."

Ad 4

Der findes intet belæg eller dokumentation for, at Ronald A/S skulle have kopieret eller "kigget lidt for tæt på" Ferm Livings ideer og produkter, men alligevel fremstår oplysningen i artiklen som en faktisk oplysning.

5. "Men det er da suspekt, at [Direktøren] sender en vindhætte på gaden efter et møde med [Person A] om samme emne."

Ad 5

Det er faktisk forkert, at Ronald A/S lancerede produktet efter, at [Direktøren] mødte [Person A] i februar 2017. Der er ikke, som det fremstår i artiklen, et link mellem mødet med [Person A] og lanceringen af vindhætten.

Netto havde bestilt de markedsførte vindhætter fra Ronald A/S allerede i juli 2016 og leveret i september 2016. Både modtagelsen og gennemførelsen af ordren blev altså foretaget længe før, at [Direktøren] mødte [Person A] og fik kendskab til hans firma.

[Person A] har i et svarskrift til Københavns Byret den 23. august 2017 givet [Direktøren] og Ronalds A/S medhold i, at en række af [Person A]s udtalelser på Facebook den 11. og 15. juni 2017 og i Radio24syv den 12. juni 2017 er ubeføjede efter straffelovens § 273 og i strid med straffelovens § 267 (om bagvaskelse). [Person A] har ved brev af 23. august 2017 taget bekræftede til genmæle over for Ronald A/S og [Direktøren]s påstande i stævningen til Københavns Byret af 7. juli 2017.

2.2 Politikens synspunkter

Politiken har afvist, at den påklagede artikel er i strid med god presseskik. Såvel på tryk som på nettet blev overskrifterne indledt med ordet "Designkommentar" i rødt, i den trykte udgave tillige med versaler. Det fremgik således tydeligt, at der var tale om en subjektiv genre.

Politiken har på intet tidspunkt hævdet, som klagerne har anført, at kommentarer og andre subjektive genrer skulle være undtaget fra reglerne om god presseskik. Som Pressenævnet har fremhævet i en lang række kendelser, er det imidlertid alment anerkendt, at sprog og indhold i kommentarer og debatindlæg typisk kan have en mere personlig karakter end i nyhedsartikler og lignende reportage, hvilket da også er en meget væsentlig forudsætning for, at der kan ske en fri meningsudveksling.

Kommentaren var en generel opfordring til at undlade at købe kopivarer for derigennem at beskytte den danske designtradition. Der er tale om en yderst relevant problemstilling, og det var i den forbindelse helt relevant at nævne såvel virksomhedens direktør som Ronald A/S, der har været involveret i en lang række sager om kopiering.

Artiklen rummede beklageligvis den fejloplysning, at Ronald A/S skulle have været involveret i ni sager om kopiering i den tid, [Direktøren] har været administrerende direktør for virksomheden. Da redaktionen blev gjort opmærksom på fejlen, blev sagen omgående undersøgt, og fejlen blev rettet øverst i den faste rettelsesspalte ”Fejl og Fakta” tirsdag den 20. juni 2017 i overensstemmelse med punkt A. 7 i de vejledende regler for god presseskik. Der blev desuden bragt en beklagelse:

”Det er niende gang, [Direktøren] er involveret i en kopisag”, stod der i kommentaren på side 11 i kultursektionen lørdag 17.6. Det er forkert: Siden hans tiltræden som administrerende direktør for Ronald A/S i 2013 har virksomheden haft tre sager om kopiering. De ni sager, der er blevet opregnet af TV 2, som det blev nævnt i kommentaren, indbefatter sager fra før [Direktøren]s tiltræden.

Vi beklager fejlen. ”

På politiken.dk blev nyheden fjernet fra forsiden søndag den 18. juni kl. 14.45, da klagerne havde henvendt sig gennem deres repræsentant. Sagen blev undersøgt, og mandag den 19. juni 2017 blev artiklen på politiken.dk korrigeret og forsynet med følgende tekst:

”Rettelse: I en tidligere version stod der, at det er niende gang, [Direktøren] er involveret i en kopisag - det fremgik desuden af en mellemoverskrift. Si-den hans tiltræden som administrerende direktør for Ronald A/S i 2013 har virksomheden imidlertid kun haft tre kopisager. De ni sager, der opregnes af TV2, indbefatter sager fra før [Direktøren]s tiltræden. Vi beklager fejlene. ”

Selv om kommentaren omtalte striden mellem klagerne og [Person A], tog den ikke stilling til, hvem af parterne der havde ret. Tværtimod nævnte kommentaren loyalt den mulighed, at stridens kerne, vindhætterne til mobiltelefoner, kunne være kopieret af [Person A]:

”Om [Direktøren] har kopieret [Person A], skal jeg ikke kunne afgøre, for [Person A] er jo ikke den eneste i verden, der har opfundet en vindhætte for år tilbage, og at [Person A]s kone har købt vindhætter af dem for to år siden. ”

Det skal for god ordens skyld noteres, at [Person A] først den 23. august 2017, mere end to måneder efter kommentarens offentliggørelse, har erkendt, at hans beskyldninger om plagiat var ubeføjede.

Det blev fremhævet i kommentaren, at [Direktøren] som administrerende direktør ikke kan forventes at vide, hvad samtlige 70 medarbejdere i virksomheden foretager sig, og det blev pointeret, at Ronald A/S langtfra er den eneste virksomhed, der er involveret i sager om kopiering:

”Når vi gang på gang hører om kopisager – der for at være fair ikke begrænser sig til Ronald A/S, men også har flere andre virksomheder, der sælger livsstilsprodukter – så er det jo, fordi der er et marked for dem.”

Kommentaren var kritisk over for Ronald A/S og [Direktøren], men det er Politikens klare opfattelse, at artiklen holdt sig inden for de rammer, der gælder for en fri debat.

Skribenten begrundede i hvert enkelt tilfælde sine vurderinger, bl.a. ved at henvise til tidligere sager mod Ronald A/S og [Direktøren] om kopiering, og den påpegede desuden det problem, at designere på grund af omkostningerne ved at føre retssag kan vælge at afstå fra at føre sager om plagiat:

”[Direktøren] står ret svagt i denne sag, for det er ikke længe siden, at han måtte indgå et forlig med Ferm Living, hvis ideer hans firma havde kigget lidt for tæt på. Sidste år lagde keramikeren [Person B] sag an mod ham og Netto for at have kopieret nogle af hendes krukker.

Den sag er endnu ikke afsluttet, men ser ud til at koste [Person B] en halv million kroner i sagsomkostninger, hvilket er noget af en sjat for et firma, der på ingen måde kan matche giganten Netto – eller bare Ronald A/S. I 2010 fik den danske smykkedesigner [Person C] erstatning, fordi Ronald A/S havde kopieret en af hendes halskæder...”

Oplysningen om, at Ferm Living og Ronald A/S har indgået forlig i en sag om kopiering har ikke været offentliggjort, men er bekræftet af flere af Politikens kilder i designbranchen.

Samlet må Politiken afvise, at god presseskik er overtrådt, ligesom avisen må afvise klagernes påstand om, at såfremt det alene var journalistens hensigt at fremkomme med kommentarer, fremgår det på ingen måde klart. Det var tværtimod deklareret så tydeligt, som det overhovedet kan lade sig gøre, at der var tale om en meningstilkendegivelse, for hvilken der gælder vide rammer.

3 Pressenævnets begrundelse og afgørelse:

I sagens behandling har følgende nævnsmedlemmer deltaget:

Jesper Rothe, Hans Peter Blicher, Ulrik Holmstrup og Marlene Borst Hansen

Ronald A/S og administrerende direktør [Direktøren] har klaget over artiklen *”Designkommentar: Så længe vi alle køber designkopier, har kopisterne frit spil”* bragt på Politikens hjemmeside og en identisk artikel bragt i avisens papirudgave under overskriften *”DESIGNKOMMENTAR: Når vi selv køber kopier, er vi med til at undergrave designerne”*.

Ronald A/S og [Direktøren] har klaget over, at følgende fem udsagn er i strid med god presseskik:

1. ”I sidste weekend anklagede iværksætteren [Person A] virksomheden Ronald A/S og dets direktør, den tidligere generaldirektør i DR [Direktøren], for at have tyvstjålet en skumgummihætte, som man

- kan bruge til et headset, når man skal tale i telefon udendørs. [Person A] har ifølge eget udsagn præsenteret sådan en vindhætte for [Direktøren], som afviste at sætte den i produktion. ”
2. ”Det førte til en større shitstorm på Facebook mod [Direktøren], der har forsvaret sig med, at han selvfølgelig ikke har kopieret [Person A], og at ethvert sammenfald med [Person A]s produkt skyldes, at [Direktøren] ikke har overblik over, hvad hans 70 ansatte i Ronald A/S går rundt og foretager sig. ”
 3. Mellemrubrikken ”[Direktøren] er under anklage for niende gang. ”
 4. ”[Direktøren] står ret svagt i denne sag, for det er ikke længe siden, at han måtte indgå et forlig med Ferm Living, hvis ideer hans firma havde kigget lidt for tæt på. ”
 5. ”Men det er da suspekt, at [Direktøren] sender en vindhætte på gaden efter et møde med [Person A] om samme emne. ”

Ronald A/S og [Direktøren] har klaget over, at udsagnene fremstår som faktiske oplysninger, og at de er forkerte, samt at Politiken ikke har forelagt dem udsagnene inden offentliggørelsen.

Politiken har anført, at artiklen er en subjektiv kommentarer.

Det følger af de vejledende regler for god presseskik, at det er mediernes opgave at bringe korrekt og hurtig information. Som udgangspunkt bør det kontrolleres, om de oplysninger

der gives, er korrekte. 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. Forelæggelse bør ske således, at der gives den adspurgte rimelig tid til at svare. Det skal gøres klart, hvad der er faktiske oplysninger, og hvad der er kommentarer, jf. punkterne A. 1, A. 3 og A. 5.

Det følger videre af de vejledende regler, at en retsreportage bør være objektiv. På ethvert stadium af sagernes forberedelse og ved behandlingen i retten bør journalisten tilstræbe en kvalitativ ligelig gengivelse af parternes synspunkter, jf. punkt C. 3.

Det er endvidere Pressenævnets generelle opfattelse, at der i kommentarer og debatindlæg må tillades en højere grad af frisprog end i nyhedsartikler og lignende reportager.

Pressenævnet finder, at artiklen med overskriften ”Designkommentar” samt artiklens formuleringer i øvrigt kan fremstå som en subjektiv kommentar. Teksten vurderes derfor efter de videre rammer for frisprog.

Ronald A/S og [Direktøren] har over for Pressenævnet fremlagt kopi af et notat af 10. juli 2016 vedrørende 5.052 vindhætter. Der er videre fremlagt kopi af en ordrebekræftelse af 22. august 2016 på 5.052 vindhætter. Vindhætterne skulle senest leveres 5. januar 2017. Efter det oplyste mødtes [Direktøren] og [Person A] i februar 2017. Netto A/S markedsførte Ronald A/S’ vindhætter i juni 2017.

Ad 1, 2 og 5

Ronald A/S og [Direktøren] har klaget over, at udsagnet er forkert. [Person A] fortalte [Direktøren] om sit firma. [Person A] har hverken udtalt, at han har præsenteret [Direktøren] for sit produkt, eller at [Direktøren] har afvist at sætte det i produktion.

Inden Politiken bragte artiklen af 17. juni 2017 gjorde [Direktøren] flere medier opmærksom på, at Ronald A/S modtog og gennemførte ordren længe før, [Direktøren] mødte [Person A]. Der er ikke, som det fremgår af artiklen, et link mellem mødet med [Person A] og lanceringen af vindhætten.

Pressenævnet finder, at artiklen med navnlig udsagn 5 *"Men det er da suspekt, at [Direktøren] sender en vindhætte på gaden efter et møde med [Person A] om samme emne"* giver indtryk af, at der er en sammenhæng mellem [Direktøren]s møde med [Person A] i februar 2017 og ordren til Netto A/S syv måneder tidligere, i juli 2016. Dette er ikke dokumenteret. Pressenævnet finder således, at Politiken har tilsidesat god presseskik ved ikke at kontrollere, hvornår den pågældende ordre blev givet. Herved blev en væsentlig oplysning om det kronologiske forløb udeladt i den kritiske omtale. Nævnet udtaler kritik. Det forhold, at udsagnet er bragt i en kommentar, kan ikke føre til et andet resultat, da udsagnet baserer sig på en præmis, der ikke har støtte i de faktiske forhold.

Ad 3

Politiken har – som erkendt – bragt et forkert udsagn om, at *"[Direktøren] er under anklage for niende gang"*, idet Ronald A/S har været beskyldt for plagiat tre gange siden [Direktøren] blev ansat i virksomheden.

For så vidt angår dette punkt, bragte Politiken henholdsvis den 19. og 20. juni 2017 en rettelse i netartiklen og på side 2 i papirudgaven. Ronald A/S og [Direktøren] har klaget over, at rettelsen alene er sket i netartiklens tekst.

Det følger af de vejledende regler for god presseskik, at berigtigelse af urigtige meddelelser skal finde sted på redaktionens eget initiativ, hvis og så snart kendskab til fejl af betydning i de bragte meddelelser indgår. Berigtigelsen skal foretages i en sådan form, at læserne, lytterne eller seerne får klar mulighed for at blive opmærksom på berigtigelsen, jf. punkt A. 7.

Pressenævnet finder, at medier som udgangspunkt bør udsende en særskilt nyhed om en rettelse, så læsere af en netartikel med fejl har mulighed for at blive opmærksom på en rettelse. Oprindelige læsere af en artikel kan ikke forventes på ny at klikke ind på en artikel og på den måde blive gjort bekendt med en rettelse i en artikel, de allerede tidligere har læst.

Politiken bragte en rettelse i papirversionen og rettede artiklen, men bragte ikke en selvstændig artikel om rettelsen. Nævnet udtaler derfor kritik af rettelsen på politiken.dk.

Ad 4

Ronald A/S og [Direktøren] har klaget over, at Politiken giver indtryk af, at der er dokumentation for, at Ronald A/S skulle have kopieret eller *"kigget lidt for tæt på"* Ferm Livings produkter. Det er ikke korrekt.

Politiken har ikke over for Pressenævnet dokumenteret, at der er indgået et forlig mellem Ronald A/S og Ferm Living. Pressenævnet har således heller ikke kendskab til en eventuel forligstekst, og nævnet

har derfor ikke kendskab til, hvorvidt Ronald A/S skulle have erkendt at have kopieret Ferm Livings produkter.

På denne baggrund udtaler nævnet kritik af udsagnet ”*kigget lidt for tæt på*” Ferm Livings produkter. Udsagnet er derved udokumenteret og skadeligt for klagerne.

Generelt om punkt B. 8

Ronald A/S og [Direktøren] har klaget over, at Politiken har afvist at gøre artiklen mindre tilgængelig på politiken.dk.

Det følger af de vejledende regler for god presseskik, at meddelelser, som er offentliggjort i digitale medier, ofte vil være tilgængelige længe efter, at de er publiceret. Efter anmodning til mediet kan tilgængeligheden af sådanne tidligere offentliggjorte, følsomme eller private oplysninger hindres, i det omfang det er muligt og skønnes rimeligt, jf. punkt B. 8.

Medier kan afindeksere, dvs. ændre instruksene til søgemaskiner, så søgemaskiner ophører med at henvise til artiklen, anonymisere, dvs. ændre i artikelteksten så eksempelvis et personnavn anonymiseres, eller helt afpublicere en artikel, dvs. fjerne artiklen fra hjemmesiden.

Den konkrete sag

Artiklen er kritisk over for Ronald A/S og [Direktøren]. Virksomheden og [Direktøren] beskyldes blandt andet for plagiat på baggrund af et møde i februar 2017. I forbindelse med Pressenævnets sag har klagerne anført, at ordren blev givet allerede i juli 2016 – otte måneder før mødet i 2017. Der er fremlagt kopi af ordrebekræftelse af 22. august 2016.

Det er Pressenævnets opfattelse, at oplysningerne i artiklen navnlig angår forhold i relation til klagernes erhvervsmæssige virke, og at oplysninger er belastende for både virksomheden og [Direktøren]. Der er derimod nævnets opfattelse, at der ikke er tale om private oplysninger eller oplysninger af en sådan karakter, at det i sig selv taler for sletning. Det er desuden nævnets opfattelse, at omtalen kan anses for at have en vis almen interesse.

Nævnet finder imidlertid som ovenfor nævnt under afsnittet ”Ad 1, 2, 4 og 5”, at Politikens omtale fortsat er i strid med god presseskik. Såfremt omtalen ikke ændres, så den bliver retvisende, pålægges den ansvarshavende redaktør af politiken.dk at oprette et link med teksten ”Pressenævnet har udtalt kritik af artiklen” i starten af brødteksten. Linket skal henvise til offentliggørelsen af nævnets kendelse på politiken.dk.

Pressenævnet finder herefter, at oplysningerne i artiklens tekst ikke vil være af en sådan belastende karakter, at det skønnes rimeligt at hindre tilgængeligheden til oplysningerne.

Offentliggørelse af nævnets kendelse

I medfør af medieansvarslovens § 49 pålægger Pressenævnet herefter den ansvarshavende redaktør af Politiken og politiken.dk at offentliggøre nævnets kendelse i den løbende nyhedsstrøm på politiken.dk og i papirudgaven med følgende tekst til en illustration af nævnets logo:

”[rubrik]

Pressenævnet kritiserer Politiken

[underrubrik]

Politiken kritiseres for en artikel med beskyldninger om plagiat af vindhætter til mobiltelefoner.

[tekst]

I en kommentar om designkopier omtalte Politiken virksomheden Ronald A/S, hvor [Direktøren] er direktør.

Artiklen indeholdt beskyldninger mod Ronald A/S og [Direktøren] for at have kopieret [Person A]s vindhætte til mobiltelefoner.

Plagiatbeskyldningerne i artiklen var baseret på det forhold, at der i februar 2017 blev afholdt et møde mellem [Person A] og [Direktøren]. Og at Netto i juni 2017 begyndt at sælge en vindhætte produceret af Ronald A/S.

I artiklen fremgik blandt andet udsagnet ”*Men det er da suspekt, at [Direktøren] sender en vindhætte på gaden efter et møde med [Person A] om samme emne.*”

Ronald A/S og [Direktøren] har klaget til Pressenævnet over Politikens omtale.

Pressenævnet finder, at artiklen giver indtryk af, at [Direktøren] og Ronald A/S har kopieret [Person A]s vindhætte efter [Direktøren] og [Person A]s møde i februar 2017.

Imidlertid blev aftalen mellem Netto og Ronald A/S i henhold til et fremlagt notat og en ordrebekræftelse indgået syv måneder tidligere, nemlig i juli 2016.

Pressenævnet finder således, at Politiken har tilsidesat god presseskik ved ikke at kontrollere, hvornår den pågældende ordre blev afgivet.

Herved blev en væsentlig oplysning om det kronologiske forløb udeladt i den kritiske omtale af virksomheden.

[Person A] trak i august 2017 sine beskyldninger om plagiat tilbage.

Af artiklen fremgik det også, at Ronald A/S skulle have ”*kigget lidt for tæt på*” Ferm Livings produkter.

Politiken har ikke dokumenteret, at Ronald A/S har kopieret Ferm Livings produkter. Også dette punkt kritiserer Pressenævnet.

Endelig har Pressenævnet kritiseret, at Politiken ikke gjorde tilstrækkeligt opmærksom på sin rettelse vedrørende [Direktøren]s antal af kopisager.

Nævnet har derfor udtalt kritik af Politikens omtale.

Pressenævnet har pålagt os at bringe ovennævnte meddelelse.

Hele kendelsen fra Pressenævnet kan læses på: pressenaevnet.dk”

For så vidt angår offentliggørelsen af nævnets kendelse i papirudgivelsen, skal offentliggørelse af nævnets kendelse ske snarest i den første eller en af de første udgaver, der offentliggøres efter nævnets kendelse.

Offentliggørelse skal ske på det sted i mediet, hvor mediet har oplyst at ville offentliggøre kritik fra Pressenævnet (i mediets rettelsesspalte. Politiken har oplyst ”1. sektion side 2 i ”Fejl og fakta” eller side 4 i overbliksbåndet” <http://www.pressenaevnet.dk/dagblade/>). Har mediet ikke en fast rettelsesspalte, skal offentliggørelse ske på det sted i mediet, der svarer til placeringen af den kritiserede artikel.

For så vidt angår offentliggørelse af nævnets kendelse på mediets digitale platforme skal det ske, hvor den påklagede artikel har været bragt. Offentliggørelse skal ske som en selvstændig artikel, der prioriteres, f.eks. med placering på en forside i mindst et døgn efter kritikens offentliggørelse.

Endvidere skal denne artikel være offentligt tilgængelig som en selvstændig artikel i overensstemmelse med prioriteringen af den påklagede artikel, og i en periode svarende til den periode, hvor den påklagede artikel har været tilgængelig.

Endelig skal der oprettes et link med teksten ”Pressenævnet har udtalt kritik af artiklen” til nævnets kendelse ved starten af brødteksten i den påklagede artikel, hvis den fortsat er tilgængelig på hjemmesiden og ikke er ændret på de punkter, hvor nævnet har udtalt kritik.

Skrifttype og layout bør svare til den opsætning, der i øvrigt anvendes af mediet.

Afgjort den 30. oktober 2017