

## PFU-SAK NR. 129/14

**KLAGER:** Initiativretten, ved Norsk Presseforbunds generalsekretær  
**ADRESSE:** Rådhusgata 17, Oslo  
**TELEFON:**  
**PUBLIKASJON:** Costume Living  
**PUBLISERINGSDATO:** Nr. 01/2014 (i salg 23. mars 2014)  
**STOFFOMRÅDE:** Bolig  
**GENRE:** Reportasje  
**SØKERSTIKKORD:** Dobbeltrolle, integritet og troverdighet, tekstreklame  
**REGISTRERT:** 13.05.2014  
**BEHANDLET I SEKR.:** 13.05.2014  
**BEHANDLES I PFU:** 26.08.2014  
**FERDIGBEHANDLET:** 26.08.2014  
**BEHANDLINGSTID:** 103 dager  
**KLAGEGRUPPE:** Generalsekretæren  
**PFU-KONKLUSJON:**  
**HENVISNING VVPL.:**  
**RETTSBEHANDLING:**  
**OMTALE/ANONYM:**  
**MERKNADER:**

### SAMMENDRAG:

Costume Living publiserte i sitt nr. 1/2014, som ble lagt ut til salg 23. mars, en 8-siders boligreportasje + cover av redaktør Vanessa Rudjords bolig. Forsidetittelen var «**Bli med hjem til Vanessa Rudjord**» og coverbildet var av Rudjords stue. Tittelen inni bladet var «**Moderne romantikk**» med ingressen:

«**Vanessa Rudjords interiørsmak endrer seg hele tiden. Men rosetter og tregulv må hun alltid ha.**»

Artikkelen startet med en helside der Rudjord ønsker velkommen hjem til henne, og Rudjord er avbildet iført en av kjolene fra Pia Tjeltas nye kolleksjon. Bildetekst:

«**Vanessa har på seg en kjole fra Pia Tjelta By Ti Mo.**»

### KLAGEN:

**Klager** er generalsekretæren i Norsk Presseforbund som benytter seg av initiativretten (§ 4 i PFUs vedtekter).

Klager reagerer på at redaktøren for Costume Living, Vanessa Rudjord, publiserte en interiørartikkel av egen bolig samtidig som hun la boligen ut for salg. Det vises til en Finn-

annonse av boligen på Rudjords Facebookside.

Klager skriver: «Bladet ble lagt ut til salg 23. mars. 11. april ble det samplastet med Costume og lagt for salg i en dobbelt-pakke. Samme dag, 11. april, la redaktøren ut lenken til Finn-annonsen på sin Facebook-konto der hun forteller at hun skal selge den redaksjonelt eksponerte leiligheten.»

Slik klager ser det, er det presise sammenfallet i tid, et brudd på Vær Varsom-plakaten 2.3, der det heter at redaksjonelle medarbeidere ikke skal ha økonomiske interesser som kan skape interessekonflikter i sammenheng med deres redaksjonelle oppgaver.»

Videre mener klager at Rudjord også inntar en dobbeltrolle som svekker hennes troverdighet som redaktør, fordi Rudjord velger å stille opp med kjoler fra Tjeltas kolleksjon, og dermed benytter anledningen «til å personlig reklamere for venninnens kjole». Det vises til at bladet ble samplastet med Costume der Pia Tjeltas kjolekolleksjon var på fronten/ coversak.

Klager mener den påklagede artikkelen ikke er irrelevant for et blad som Costume Living, men: «Når redaktøren imidlertid selv [...] aktivt promoterer leiligheten sin for salg den dagen bladet med boligreportasjen blir gjort kjent for hennes lesere, undergraver hun redaksjonens troverdighet.»

Det anføres brudd på både Vær Varsom-plakatens punkt 2.2 (integritet og ansvar) og punkt 2.3 (dobbeltrolle), og som en følge av dette mener klager at også Tekstreklameplakaten er brutt: «På grunn av denne aktive, men skjulte, dobbeltrollen som redaktøren oppsøker, mener jeg det redaksjonelle innholdet som en konsekvens bryter med Tekstreklameplakaten, jfr. formuleringen om at "Medienes troverdighet er avhengig av et klart skille mellom journalistisk materiale på den ene siden og reklame/sponsing/produkt plassering og annet ikke-journalistisk materiale på den andre. Publikum skal være trygg på at det redaksjonelle stoffet springer ut av en selvstendig og uavhengig journalistisk vurdering og at innhold og presentasjon er uten bindinger til utenforstående interesser". Videre: "Tekstreklame oppstår når produkter og kommersielle interesser blir eksponert eller positivt omtalt på redaksjonell plass ut fra andre hensyn enn uavhengig og kildekritisk journalistikk". Sett på bakgrunn av de personlige tette båndene som finnes i disse sakene, mener jeg at redaktøren bidrar til at ingen av medarbeiderne kan utøve sin frihet til å være kildekritiske og uavhengige.»

For øvrig gjør klager PFU oppmerksom på at hun er nær venninne med Gry Bjørhovde som er direktør i Bonnier.

#### TILSVARSRUNDEN:

**Costume Livings** tilsvare er skrevet av forlagsdirektør Gry Bjørhovde. Hun skriver det var hennes ide å presentere en fotoreportasje fra Rudjords bolig. Videre: «Foto-opptakene fra leiligheten ble gjort på nyåret i 2014, og var planlagt som en bærende del i «norske» Costume. Fire-fem dager før magasinet ble sendt til trykk i slutten av februar, fant Rudjord ny leilighet og inngikk avtale om kjøp av denne. Derav var det implisitt at leiligheten fra reportasjen skulle selges.»

Rudjord gjorde Bjørhovde oppmerksom på utfordringene i denne situasjonen, men «etter en kort vurdering av kompleksiteten ved å skulle snu opp-ned på hele produksjonen av magasinet i løpet av så kort tid», konkluderte Bjørhovde at reportasjen skulle gå som

planlagt. «For både Rudjord og Bjørhovde var det opplagt at reportasjen i Costume Living ikke skulle brukes aktivt for å fremme salget av leiligheten. Reportasjen ble selvsagt ikke linket til ved salget, bildene ble ikke brukt i salgsøyemed, det ble i det hele tatt aldri gjort oppmerksom på at reportasjen fra leiligheten var å se i Costume Living.»

Costume Living hevder imidlertid at leilighetssalget og utgivelsen av magasinet ikke var presist sammenfall i tid, da bladet hadde vært i salg i nesten tre uker før leiligheten ble lagt ut for salg.

Til slutt: «Når det er sagt ser vi i etterpåklokskapens lys at vi skulle ha vurdert dette annerledes og vi forstår at det er grunn til å stille kritiske spørsmål ved det inntrufne. Vi vil likevel understreke at dette var et uheldig sammentreff av omstendigheter og tilfældigheter, og ikke et planlagt «markedsføringsstunt».

Hva gjelder Rudjords kjole, finner Costume Living dette naturlig: «Det vil være vanskelig for Vanessa Rudjord – og enhver annen sentral aktør i bransjen – å ha på seg noe som helst, uten å kunne mistenkeliggjøres for å ha «uredelige hensikter». Costume mener at enhver påkledning vil kunne problematiseres ifht. hensikter og evt. gevinst for produsenten bak klærne. Det å opplyse om produkt, pris osv. er helt vanlig i mote- og interiørmagasiner.»

**Klager** skriver at motivasjonen bak klagen er å få avklart om Rudjords opptreden i forbindelse med denne artikkelen, og to andre Costume-artikler, er i strid med Vær Varsom-plakaten. Bakgrunnen for en slik klage er erkjennelsen av at mediene er avhengig av troverdighet, og at leserne derfor skal være sikre på at det redaksjonelle innholdet er basert på en fri og uavhengig journalistisk vurdering, skriver klager.

Det hevdes fra klagers side at: «Opplysningen om at leiligheten var til salgs ble lagt ut på Rudjords egen Facebook-konto samme dag som Costume Living ble tilgjengelig som samplastet med Costume, ifølge info fra Rudjords egen Instagram-konto (vedlegg). [...] I boligreportasjen er Rudjord antrukket i venninnens Tjeltas kjole. Kanskje vil ethvert antrekk kunne mistenkeliggjøres, slik Bonnier Media kommenterer. Dog kan antrekket også tolkes som at aktsomhet rundt mulige dobbeltroller ikke har stått sentralt.»

**Costume Living** minner om at Rudjords antrekk (Tjeltas kjoler) ble brukt i interiørmagasinet der Pia Tjeltas kolleksjon var fraværende. Det understrekes at redaktøren, og mange andre redaksjonelle medarbeidere, som fremkommer på trykk har mange relasjoner. Slik Costume Living ser det, vil en konsekvens av det klager insinuerer bli at «Rudjord, og andre aktører, må gjøre oppmerksom på at de klærne/tilbehøret de har på seg som omtales i bildetekst (og kun der) kommer fra XXX som redaktøren har XXX forhold til».

## **PRESSENS FAGLIGE UTVALG UTTALER:**

Klagen gjelder Costume Living-redaktør Vanessa Rudjords opptreden i forbindelse med en boligreportasje i interiørmagasinet Costume Living i mars/april 2014. Boligreportasjen presenterte hennes egen bolig. Kort tid etter legges Rudjords bolig ut for salg, og Rudjord deler salgsannonsen på egen Facebookside. I boligreportasjen avbildes også Rudjord iført kjole fra Pia Tjeltas nye kjolekolleksjon. Merke opplyses i bildetekst. Costume Living blir pakket sammen med Costumes april-utgave der Pia Tjelta og hennes kjolekolleksjon er coversak.

Klager er generalsekretæren i Norsk Presseforbund som benytter initiativretten. Klager reagerer på det presise sammenfallet i tid når det gjelder publiseringen av Rudjords bolig i interiørbladet og salg av samme bolig på Finn delt på redaktørens Facebook-side. Klager mener en slik dobbeltrolle og interessekonflikt er uforenlig med god presseskikk. Videre mener klager at Rudjord også inntar en dobbeltrolle fordi hun i samme artikkel benytter anledningen «til å personlig reklamere for venninnens kjole».

Costume Livings tilsvare er skrevet av forlagsdirektøren i Bonnier. Hun opplyser at det var hennes ide at Rudjords bolig skulle omtales. Kort tid før publisering ble hun gjort oppmerksom på salget, men på grunn av kompleksiteten ved å skulle snu opp-ned på hele produksjonen i løpet av kort tid, ble det konkludert med at reportasjen skulle gå som planlagt. I etterpåklokskapens lys ser direktøren at hun skulle trukket reportasjen. Det understrekes imidlertid at det påklagede forhold var et uheldig sammen treff av omstendigheter og tilfeldigheter, og ikke et planlagt «markedsføringsstunt». At Rudjord bærer Tjeltas kjole, finner Costume Living naturlig, og mener enhver påkledning vil kunne problematiseres. Det å opplyse om produkt, pris osv. er helt vanlig i mote- og interiørmagasiner.

Pressens Faglige Utvalg minner om at kjernen i tekstreklamespørsmål ikke handler om reklameverdi, men om journalistisk integritet og stoffets troverdighet og uavhengighet. Utvalget understreker at det påhviler redaktører et spesielt ansvar når det gjelder å verne om den redaksjonelle troverdigheten.

Utvalget mener Costume Living måtte kunne publisere en boligreportasje om redaktørens hjem. Men når den redaksjonelt omtalte boligen kort tid etter legges ut for salg, og annonsen deles på redaktørens Facebookside, mener utvalget at redaktøren har handlet på en måte som får det til å fremstå som et misbruk av redaktørens stilling til å oppnå private fordeler, jmf. Vær Varsom-plakatens punkt 2.4.

Videre konstaterer utvalget at Vanessa Rudjord og Pia Tjelta er nære venninner. Slik utvalget ser det, er redaktørens bruk av Pia Tjeltas kjoler i boligreportasjen presseetisk problematisk og egnet til å skape mistillit til de redaksjonelle motiv. Utvalget har flere ganger uttalt at mediefolk må være åpne om forhold som kan gi publikum grunnlag for å stille spørsmål ved deres egen eller redaksjonens habilitet, jfr. Vær Varsom-plakatens punkt 2.3. Ut fra dette mener utvalget at Costume Living skulle unngått denne sammenblandingen.

Costume Living har brutt god presseskikk.

Oslo, 26. august 2014

Alf Bjarne Johnsen,  
Øyvind Brigg, Alexandra Beverfjord, Tone Angell Jensen  
Amal Aden, Eva Sannum, Henrik Syse