

Kendelse

afsagt den 12. december 2023

Sag nr. 2023-04259

[Klager] ved [Medejerer]

mod

Sustain Report

[Klager] ved [Medejerer] har klaget til Pressenævnet over artiklerne ”*Greenwashing når Comwell pralede af at have Danmarks mest klimavenlige hotel*” og ”*Dansk Erhverv og hotelkæder dropper samarbejdet med kritiseret Climate Award*”, bragt den 10. maj 2023 på sustainreport.dk, idet han mener, at god presseskik er tilsidesat.

[Klager] har klaget over, at Sustain Report ikke har udvist tilstrækkelig kildekritik, og at Sustain Report har afvist at fjerne artiklen.

1 Sagsfremstilling

Sustain Report bragte den 10. maj 2023 artiklen ”*Greenwashing når Comwell pralede af at have Danmarks mest klimavenlige hotel*” på sustainreport.dk. Af artiklens underrubrik fremgår følgende:

”Uklare kriterier og manglende gennemsigtighed præger den kåring, som Dansk Erhverv og det private firma [Klager] har stået bag. Kun 42 hoteller er med i konkurrencen.”

Der er indsat et billede af restauranten på Comwell i Århus. Af billedteksten fremgår:
”Comwells hotel i aarhus vandt Climate Award, som [Klager] stod bag sammen med Dansk Erhverv.”

Af artiklen fremgår:

”Hvem vil ikke gerne holde sin konference på et klimavenligt hotel. Klimaet er rykket ind i hotelsektoren, og de seneste to år har virksomheden [Klager] sammen med Dansk Erhverv kåret Danmarks mest klimavenlige hotel i en såkaldt Climate Award for hoteller.

Men både det metodiske grundlag og organiseringen møder kritik. Det er uklare og ugenomsigtige kriterier. Og den bastante titel er misvisende, da det alene er de hoteller, som er tilmeldt konkurrencen, som kan vinde. I 2022-kåringen var det blot 42 hoteller, mange af dem fra de to store hotelkæder Comwell og Scandic.

Bag kåringen gemmer der sig også et opgør mellem to konkurrerende erhvervsorganisationer. Dansk Erhverv har en række af de større hotelkæder som medlemmer, men de fleste hoteller og restauranter er medlemmer af Horesta, som også er dansk partner for den internationale Green Key-ordning, der måler på miljø og sociale forhold. Tilknytningen til Dansk Erhverv slår klart igennem, når man ser på de seneste to års vindere. De to store hotelkæder, Scandic og Comwell, har begge plads i juryen bag priserne. Begge kæder er medlem af Dansk Erhverv. Og de to kæder tager flittigt for sig, når priserne uddeles.

På mange måder minder kåringen om en børnefødselsdag, hvor der er præmier til næsten alle. Med syv regionale priser, en kåring af landets mest klimavenlige hotel og en kåring af årets newcomer – ni priser i alt – har det været tæt på en femtedel af hoteldirektørerne, som i 2022 kunne tage hjem med vinderdiplom til receptionsskranken.”

Der er i artiklen fremhævet et citat med en stor skrift. Af citatet fremgår: ”Påstanden om Danmarks mest klimavenlige hotel er vildledende, [Person 1], indehaver [Virksomhed A]”.

Af artiklen fremgår videre:

”[Klager]s forretning omfatter både en egentlig klimascore, hvor hotellerne kan opnå op til 10 point. Derudover har virksomheden sammen med Dansk Erhverv de seneste to år stået bag Climate Award, og hotellerne kan købe benchmark, fremgår det af virksomhedens hjemmeside.

På hjemmesiden er der også gode råd. Både til hoteller og potentielle hotelgæster. De sidste får at vide, at de kan bo mere klimavenligt end derhjemme, hvis man vælger de 21 hoteller, som [Klager] har givet den højeste rating. 18 af disse 21 hoteller er i øvrigt Scandic og Comwell-hoteller.

Ugenomsigtigt

Påstanden om, at man kan bo mere klimavenligt end hjemme, har undret [Person 1], der udover at rådgive om bæredygtighed i sin egen virksomhed [Virksomhed A] også underviser i greenwashing på CBS.

-Det er meget ugenomsigtigt, hvad [Klager]s rating bygger på. De skriver, at der så vidt muligt bruges data fra virksomhederne, men når det ikke er muligt, benytter de, hvad de refererer til som offentligt tilgængelige kilder. Jeg har endnu ikke kunnet finde en klimaberegning fra [Klager]. Det er uklart, hvordan beregningerne reelt foretages, siger hun.

Hun understreger, at virksomheder bør rapportere deres klimaudledning med afsæt i Green House Gas-protokollen, som der internationalt er konsensus omkring. Og i Danmark er der gode og gratis værktøjer til at håndtere dette, pointerer [Person 1].”

Der er i artiklen indsat et billede fra Comwell Hotels' hjemmeside. Af siden fremgår blandt andet "Danmarks mest klimavenlige hotel". Af billedteksten fremgår: "Dokumentation: Indtil for nylig reklamerede Comwell selv med, at deres hotel i Aarhus var "Danmarks mest klimavenlige hotel". Kæden har efter kritikken af [Klager] fjernet al henvisning til Climate Award fra sin hjemmeside".

Af artiklen fremgår videre:

"For SMV'erne har Erhvervsstyrelsen lanceret Klimakompasset, som er en lidt mere simpel version. Her får man klimaaftrykket angivet i CO₂- ækvivalenter i stedet for en score fra 1-10, som kan være svær at gennemskue.

-Når man ser på hotelsektoren skal man være opmærksom på, at det ikke er el- eller varmemeforbruget, der som oftest har størst betydning for klimabelastningen.

Forbruget af kød, når gæsterne skal bespises, og gæsternes transport vil typisk tælle tungere. Derfor er påstanden om, at man kan bo mere klimavenligt end derhjemme på 21 navngivne hoteller for kategorisk, da det vil variere betydeligt fra hotel til hotel, siger [Person 1].

-Det kan være rigtigt, men det kommer da an på, hvordan man lever derhjemme, og hvor langt man skal rejse til det pågældende hotel, forklarer hun.

Comwell mangler

I efteråret 2022 var det Comwells hotel i Aarhus, som vandt hovedprisen ved Climate Award.

Når Comwell bruger overskriften 'Danmarks mest klimavenlige hotel' om kædens hotel i Aarhus, tøver [Person 1] ikke med at kalde det greenwashing.

-Hvis Comwell vil bruge den betegnelse, skal der meget mere end vinderpladsen i en kåring fra et privat firma, som alene har sammenlignet et mindre antal hoteller til, siger [Person 1].

Hun henviser til, at markedsføringsloven klart siger, at bæredygtighedsudsagn skal være specifikke og dokumenteres, ellers er de vildledende.

-Jeg mener, at påstanden om Danmarks mest klimavenlige hotel er vildledende, og at der mangler transparens og dokumentation, både hos [Klager] og blandt de vindende hoteller, siger [Person 1].

Hun understreger, at hendes kommentarer ikke skal ses som en kritik af Comwells indsatser.

-Mit indtryk er, at de gør mange fornuftige ting, men jeg har ikke set dokumentation, som kan berettiggere deres kommunikation omkring prisen, hvilket jeg også tror, at forbrugerombudsmanden ville være enig i. Derfor synes jeg, at det er ærgerligt, at en så stor spiller lægger vægt på et selvudviklet værktøj, som vel og mærke ikke er uafhængigt, siger hun.

At hotellerne har fokus på klima ser [Person 1] som en positiv udvikling, men branchen skal læne sig op ad de fælles værktøjer og certificeringer, der er skabt konsensus omkring, mener hun.

Her peger hun på Green Key, som det oplagte valg samt de værktøjer til klimaberegning, som er gratis og nemt tilgængelige.

Green Key er primært et miljømærke. 3.600 hoteller i 60 forskellige lande er i dag tilsluttet ordningen, som i Danmark bliver administreret af Horesta.

Pas på med kommunikationen

Miljøchef [Person 2] fra Horesta fortæller, at man i øjeblikket er ved at få klima integreret i Green Key-mærket. Efter hans opfattelse skal mærkninger og awards afspejle branchens modenhed.

– Vi har haft en dialog med [Klager], og vi har valgt ikke at samarbejde med dem. Deres tilgang kan sagtens bruges som et internt værktøj, men jeg synes ikke, at det egner sig som afsæt til at proklamere hvilke hoteller, der er mest klimavenlige, siger han.

[Person 3] fra virksomheden [Virksomhed B] har igennem en årrække arbejdet med klima- og bæredygtigheds certificeringer. Han er medforfatter til flere bøger om emnet. Han er en smule skeptisk over for de mange forskellige priser og awards. Især hvis der ikke er transparens omkring kriterier, og hvilke virksomheder, som konkurrerer om prisen.

I hans optik er [Klager] sandsynligvis et godt og brugbart redskab, der blot er blevet en anelse oversolgt.

-Der er behov for et værktøj, som er let at afkode. Samtidig skal man være varsom med, hvordan man kommunikerer. Der kan en gang imellem være en tendens til, at det bliver piftet lige lovligt meget op, så den gode hensigt bliver overdrevet, siger [Person 3].

[...]

På hotelområdet er det oplagte valg Green Key, som måler på miljø og sociale forhold. Mærket scorer 18 point på en skala, hvor 20 point er højeste score.

På hotelområdet kan det bruges alene eller i forbindelse med andre certificeringer som Svanen, B Corp, C2C og Det Økologiske Spisemærke eller Fairtrade, fortæller [Person 3].”

Der er ved afslutningen af artiklen bragt følgende tekst: ”Læs [Klager]s kommentarer til kritikken:” og der er bragt et link til artiklen ”*Dansk Erhverv og hotelkæder dropper samarbejdet med kritiseret Climate Award*”.

Sustain Report bragte den 10. maj 2023 artiklen ”*Dansk Erhverv og hotelkæder dropper samarbejdet med kritiseret Climate Award*” på sustainreport.dk. Af artiklens underrubrik fremgår følgende:

”Efter oplysninger om, at [Klager]s samarbejde med DTU og [Virksomhed C] var af uformel karakter, forlader Dansk Erhverv og hotelkæderne Comwell og Scandic samarbejdet.”

Der er i artiklen indsat et billede af Scandic hotellet på Rådhuspladsen i København. Af billedteksten fremgår: ”Hotelkæden Scandic dropper nu deltagelsen i Climate Award på baggrund af kritikken af [Klager].”

Af artiklen fremgår blandt andet:

”Hvis man bruger begrebet at lægge sig ned, når organisationer og virksomheder erkender fejl, så er der nærmest tale om, at samarbejdspartnerne bag Climate Award for hoteller, som virksomheden [Klager] står bag, ligger i en bunke på gulvet. Efter lidt betænkningstid har både Dansk Erhverv og hotelkæderne Comwell og Scandic trukket sig fra samarbejdet og deltagelsen i Climate Award. Og på baggrund af kritikken om at [Klager] er et selvbestaltet og ugenomsigtigt værktøj, vil virksomheden nu arbejde med at få en tredjeparts verificering. Comwell fik i efteråret 2022 førsteprisen som ‘Danmarks mest klimavenlige hotel’ til kædens hotel i Aarhus. På baggrund af kritikken mod Climate Award benytter Comwell ikke længere betegnelsen på hotelkædens hjemmeside. Comwell-kæden har fjernet alt indhold, der refererer til Climate Award-konkurrencen, oplyser de i en mail til Sustain Report.

[Person 1], fra virksomheden [Virksomhed A], har kritiseret både prisuddeling og [Klager] for at mangle gennemsigtighed. Hun finder det useriøst at kåre Danmarks mest klimavenlige hotel blandt ganske få hoteller og med en såkaldt klimascore, som er umulig at gennemskue. Efter [Person 1]s opfattelse er der tale om greenwashing, når Comwell har kaldt kædens århusianske hotel for Danmarks mest klimavenlige, blot fordi de har vundet en kåring blandt 42 hoteller. Hun har også rettet en skarp kritik af [Klager], som har hævdet, at man på 21 navngivne hoteller kan bo mere bæredygtigt end derhjemme.”

Der er i artiklen indsat et link til den anden påklagede artikel ”*Greenwashing når Comwell pralede af at have Danmarks mest klimavenlige hotel*”. Artiklen fortsætter:

”[Klager]s stifter og ejer [Medejereren] fortæller, at der bag klimascoren for de enkelte hoteller ligger en beregning af hotellets faktiske klimabelastning. Her bruger [Klager] data fra hotellets indkøb og energiregninger. Men i stedet for at opgive klimabelastningen i CO₂- ækvivalenter omregner [Klager] resultaterne til deres egen skala, der går fra 0 til 10.

I [Klager] er det en relativ skala. Vinderen af Climate Awards har altid fået topkarakteren 10.

Lover Badges om “mere klimavenligt end derhjemme”

Når [Klager] på sin hjemmeside har anbefalet 21 hoteller, som “mere klimavenlige end derhjemme”, er det ifølge [Medejereren] ud fra en sammenligning med klimabelastningen i en gennemsnitshusholdning, som tænketanken [Virksomhed C] har foretaget. Efter interviewet med Sustain Report har [Klager] dog ændret deres hjemmeside. Nu skriver man blot: “Du kan bo mere klimavenligt end hos den gennemsnitlige dansker på alle de her top 21-hoteller”. En påstand, der dog stadig er tvivlsom, da transporten til og fra hotellet ofte udgør en betydelig del af den samlede klimabelastning, og da klimabelastningen også afhænger af, hvad man spiser på hotellet. Og selv efter denne ændring reklamerer [Klager] i deres basispakke til 1.500 kr. om måneden med, at hotellerne som en del af pakken får “badges med Climate Award” og ”her bor du mere klimavenligt end derhjemme” til egen markedsføring. Som det fremgår af hjemmesiden er det en del af pakken, uanset hvad den faktiske klimabelastning for det pågældende hotel er. Forelagt dette, skriver [Medejereren], at brugen af disse badges kræver, at CO₂- udledningen for en

gennemsnitlig hotelgæst er lavere end den gennemsnitlige dansker. Dette fremgår dog ikke af omtalen på [Klager]. [Medejereren] skriver desuden, at teksten på [Klager] er ændret. Han har dog ikke været hele hjemmesiden igennem, da der stadig efterfølgende blev reklameret med de pågældende badges i beskrivelsen af de forskellige produktpakker, som hotellerne kan købe.”

Der er i artiklen indsat et skærmbillede fra [Klager]. Af billedteksten fremgår:
 ”Dokumentation: Screenshot fra [Klager] fra 8. maj kl.12. Screenshot er taget efter, at [Medejereren] fortæller, at han har ændret reklametekst omkring badges.”

Artiklen fortsætter herefter:

”[Medejereren] afviser i første omgang kritikken af, at der mangler transparens, og at den såkaldte klimascore er et selvopfundet begreb, hvor hverken kunder eller andre kan se, hvad der ligger bag. I en klimarapportering efter Green House Gas-protokollen kan man se, klimabelastningen i scope 1, 2 og 3, mens det er uklart, hvad der ligger bag klimascoren? – Der er ligger en beregning af CO₂-belastningen bag, som vi har lavet for hotellet. Det er det enkelte hotel, der selv bestemmer, om de vil offentliggøre dette, siger [Medejereren]. Vi har allerede en måleenhed for klimabelastning, nemlig CO₂- ækvivalenter. Hvorfor bruger I ikke bare den. Jeres klimascore svarer til, at opfinde en afstandsscore i stedet for metersystemet? – Scoren er udviklet til at hjælpe de rejsende og gøre det enkelt. Lige nu er en klimascore på 10 lig med en klimabelastning på 35 kg. CO₂ per gæst per døgn, siger [Medejereren]. Det fremgår af en disclaimer på [Klager], at man ved beregningen af klimaudledningerne benytter generiske branchetal i de tilfælde, hvor der ikke er specifikke tal for det enkelte hotel. På spørgsmålet om, i hvilket omfang dette sker, svarer [Medejereren], at det er i et fåtal af beregningerne. Han kan dog ikke sætte tal på, hvor ofte det er sket.

Tvivel om partnere

I starten af vores interview med ham, nævner han, at metoden bag [Klager] er udviklet i samarbejde med blandt andre [Person 4] fra [Virksomhed C] og lektor [Person 5] fra DTU. En påstand, der dog viser sig, at skulle tages med forbehold. Sustain Report har kontaktet både [Person 4] fra [Virksomhed C] og [Person 5] fra DTU. [Person 5] fortæller, at det er ham i sin egenskab af lektor på DTU, ikke DTU som institution, som har været i løbende dialog med [Klager]. Han har gennemgået metoden og langt hen ad vejen finder han deres tilgang fornuftig og retvisende, men hans funktion har dog alene været rådgivende, og der er ikke tale om, at han har tredjepartsvalideret metoden.

Samme budskab kommer fra [Person 4] fra [Virksomhed C]. Også han fortæller, at han har været i dialog med [Klager]. Og selv om han kan se fornuft i deres tilgang, er der ikke tale om, at han eller [Virksomhed C] står inde for hele tilgangen.”

Der er i artiklen fremhævet et citat: ”Det er afgørende for os, at der ikke kan rejses tvivel om troværdigheden, de partnerskaber vi indgår i, Chefkonsulent [Person 6], Dansk Erhverv”.

Artiklen fortsætter herefter:

”[Medejerer] har over for Sustain Report fortalt en anden historie. I interviewet med Sustain Report, startede [Medejerer] med at fortælle, at [Klager] var udviklet i samarbejde med [Person 5]. – [Person 5] har været med til at udvikle metoden og er den, der kvalitetssikrer hver gang, der er opdateringer, sagde [Medejerer].

I Sustain Reports interview med [Medejerer] forelagde vi ham, at både [Person 5] og [Person 4], trods pæne ord over for os, havde understreget, at de på ingen måde havde valideret [Klager]s metode. Hertil svarer [Medejerer]: “Jeg har et dokument, hvor der står, at han har kvalitetssikret vores metode”. I en senere samtale fredag 28. april lover han at sende dette dokument. Dette sker dog ikke. I stedet videresender [Medejerer] en mail dateret 1. maj – altså efter vores samtale – hvor [Person 5] bekræfter, at [Klager]s metode er udviklet “med input fra DTU.” Vi bad [Medejerer] om at sende det dokument, han i første omgang henviste til, og give en forklaring. [Medejerer] har efterfølgende sendt en kopi af forsiden på en såkaldt metodebeskrivelse for [Klager]. Her står der på forsiden, at dokumentet er skrevet af en medarbejder i [Klager], og at det angiveligt er gennemgået af [Person 5], mens det er godkendt af [Medejerer] selv.

Dansk Erhvervs trækker sponsorat

Også Dansk Erhverv henviste i første omgang til [Klager]s samarbejde med [Virksomhed C] og DTU. Dansk Erhverv har været partner på Climate Awards i 2022, hvor [stillingsbetegnelse] [Person 7] også har været en del af dommerpanelet. Dansk Erhverv ønskede ikke at stille op til interview. I første omgang sendte erhvervsorganisationen et skriftligt svar, hvor det blandt andet hedder: ”Vi føler os betryggede i arrangementets seriøsitet, da [Klager]’s metodegrundlag, som vi har fået det oplyst, også er blevet forelagt og checket af [Virksomhed C] og DTU. På det foreliggende grundlag bakker vi stadig fuldt og helt op om vores sponsorat af Climate Awards 2023. Der er mange grønne tiltag derude, og dette er et af dem. Vi bakker også op om både Klimakompasset og Green Key.”

Men da vi fra Sustain Reports side foreholdt Dansk Erhverv, at [Virksomhed C] eller DTU på ingen måde har valideret [Klager]s metode og arbejde, var erhvervsorganisationen ikke længere betryggede i seriøsiteten. Et par dage senere fik vi en ny skriftlig kommentar: ”Dansk Erhverv har, ud fra en samlet vurdering af oplysninger vedrørende Climate Awards 2023, valgt at trække vores sponsorat. Det er afgørende for os, at der ikke kan rejses tvivl om troværdigheden, af de partnerskaber vi indgår i. I dette tilfælde finder vi, at der er rejst for stor tvivl herom til, at vi kan fortsat kan give vores støtte til arrangementet,” lød kommentaren fra chefkonsulent i Dansk Erhverv [Person 6].

Udskyder kåring af hoteller i 2023

Med denne melding fra Dansk Erhverv har også Scandic og Comwell-kæderne efterfølgende valgt at trække deres hoteller ud af kåringen om at blive det mest klimavenlige hotel. Begge kæder har ellers haft plads i dommerkomiteen i den konkurrence, hvor deres egne hoteller flittigt har taget for sig af priserne. Mens Comwell har deltaget med samtlige 16 af kædens danske hoteller, har Scandic haft otte hoteller tilmeldt. Samlet set har de to hotelkæder altså haft 24 af de 42 hoteller, som i 2022 kappedes om titlerne som de mest klimavenlige hoteller regionalt og nationalt. Efter Dansk Erhverv og de to store hotelkæder har trukket sig ud af samarbejdet med [Klager], fortæller [Medejerer], at [Klager] vil få foretaget en

tredjeparts validering af metoden. Indtil det er sket er Climate Award 2023 udskudt, oplyser han i en mail til Sustain Report.”

Efter offentliggørelsen

Sustain Report har til Pressenævnet indsendt den korrespondance, mediet havde med [Klager] [herefter benævnt [Klager], *Pressenævnet*] efter offentliggørelsen.

[Klager] sendte den 17. maj 2023 en mail til Sustain Report med en række indsigelser til artiklen. Det fremgår blandt andet heraf, at [Klager] kritiserede mediets kildevalg og anmodede mediet om at trække artiklerne tilbage.

Sustain Report besvarede den 26. maj 2023 mailen og redegjorde blandt andet for valget af kilder og oplyste, at mediet ikke fandt grund til at trække artiklerne tilbage.

Øvrige oplysninger

[Klager] har til Pressenævnet indsendt uddrag af [Person 1] hjemmeside, hvoraf det blandt andet fremgår, at hun yder ”Personlig og handlingsorienteret rådgivning inden for bæredygtighed og forandringsledelse”. Af hjemmesiden fremgår endvidere en række kundereferencer, herunder fra flere hoteller.

[Klager] har endvidere indsendt et skærmbillede af et LinkedIn-opslag, som [Person 1] har skrevet den 10. maj 2023 med blandt andet en kommentar fra journalist og redaktør på Sustain Report, [Person 8].

”!! Dansk Erhverv og hotelkæder dropper samarbejdet med kritiseret Climate Award Det er ikke altid nemt at gennemskue, om der er hold i de mange bæredygtige påstande, som virksomheder i stor stil bruger bl.a. til at tiltrække kunder, der ønsker at tage miljø- og klimahensyn. Det er især ikke nemt at gennemskue, når de bæredygtige påstande er bakked op af både priser og anerkendte erhvervspartnerne! Det er ikke overraskende langt fra en garanti! Det er dagens nyhed i Sustain Report et eksempel på. De seneste to år har virksomheden [Klager] sammen med Dansk Erhverv kåret Danmarks mest klimavenlige hotel i en såkaldt Climate Award for hoteller. Jeg har bidraget med mine synspunkter til artiklen, som du kan se et kort uddrag fra her og læse (bag betalingsmur) nedenfor:

”... både det metodiske grundlag og organiseringen møder kritik. Det er uklare og ugenomsigtige kriterier. Og den bastante titel er misvisende, da det alene er de hoteller, som er tilmeldt konkurrencen, som kan vinde. I 2022-kåringen var det blot 42 hoteller, mange af dem fra de to store hotelkæder Comwell og Scandic”.
Tak til dig [Person 8] for at bidrage til mere gennemsigtighed omkringvirksomhedernes bæredygtighedskommunikation! Sustain #greenwashing”

Af kommentarerne til opslaget fremgår:

”[Person 8]: Selv tak [Person 1] - og det samme til [Person 3]. Vi er afhængige af gode ekspertkilder. Og til alle jer der læser med på LinkedIn - så er vi som et lille ambitiøst nichemedie også afhængig af abonnenter, siger det bare...”

[Person 1]: Og jeg kan anbefale at blive abonnent på Sustain Report som lige nu har den mest ambitiøse og kritiske dækning af emner indenfor vildledende markedsføring.”

[Klager] anmodede den 17. maj 2023 Sustain Report om at fjerne de påklagede artikler. Sustain Report afviste den 26. maj 2023 at slette artiklerne. [Klager]s klage er modtaget i Pressenævnet den 5. juni 2023.

2 Parternes synspunkter

2.1 [Klager]s synspunkter

Kildekritik og mediets handlemåde

[Klager] har oplyst, at virksomheden er ejet af to ingeniører, hvoraf den ene er [Medejeren]. Virksomheden er en dansk konsulent- og opstartsvirksomhed, som er specialiseret i rådgivning om og opgørelse af CO₂-aftrykket og miljøarbejdet på hoteller, conferencecentre og events i Danmark. Kunderne er således blandt andet hoteller, conferencecentre og turistdestinationer, og [Klager] afholder workshops og gennemfører rådgivningsforløb med disse.

En af de ydelser, som virksomheden tilbyder, er ”klimascore”, der er en CO₂ måling, som opgøres i kilo CO₂ pr. person pr. dag, og oversættes til en skala fra 0-10. Klimascore er således omdrejningspunktet i virksomhedens arbejde med kunderne. Dette i forhold til værktøjet og mærket, som virksomheden tildeler kunderne. Det er også i den forbindelse, at [Klager] uddeler en Climate Award.

[Klager] har om den i artiklerne omtalte Green Key ordning anført, at det er et miljømærke og en miljøcertificeringsordning, som har eksisteret siden 1994. Arbejdsgiverorganisationen Horesta er enejer af Green Key. For at anvende mærket betaler hotellerne Horesta et årligt beløb, og der er rabat, hvis man er medlem af Horesta. Horesta administrerer mærket, og en række eksterne konsulenter rådgiver hotellerne i forhold til, hvordan de kan opnå certificeringen. Green Key modtager statslig støtte i hotelbranchen fra udviklingsprogrammer med involvering fra erhvervshusene i hele landet, mens [Klager] udelukkende er et privat initiativ.

[Klager] har videre anført, at Green Key – set i forhold til [Klager] – er en konkurrerende mærkning, der fokuserer på det samme område. [Klager] rådgiver om sit eget mærke, mens kilden i artiklerne, [Person 1], er en af de konsulenter, der rådgiver hoteller, der ønsker at opnå Green Key ordningen.

I forlængelse heraf har [Klager] anført, at mediet har tilsidesat god presseskik ved at bruge en kilde, hvis udsagn kan være farvet af personlige interesser, og at de pågældende artikler derfor bør fjernes og alternativt fjerne [Person 1] som ekspertkilde fra artiklerne.

[Person 1] er i artiklerne anvendt som ekspertkilde, men er reelt en direkte konkurrent til [Klager]. I begge artikler kritiserer [Person 1] [Klager] på en række områder, mens hun fremhæver den certificeringsordning, som hun selv lever af.

[Klager] har henvist til følgende uddrag fra artiklen ”*Greenwashing når Comwell pralede af at have Danmarks mest klimavenlige hotel*”

”Påstanden om, at man kan bo mere klimavenligt end hjemme, har undret [Person 1], der udover at rådgive om bæredygtighed i sin egen virksomhed [Virksomhed A] også underviser i greenwashing på CBS.

-Det er meget ugenomsigtigt, hvad [Klager]s rating bygger på. De skriver, at der så vidt muligt bruges data fra virksomhederne, men når det ikke er muligt, benytter de, hvad de refererer til som offentligt tilgængelige kilder. Jeg har endnu ikke kunnet finde en klimaberegning fra [Klager]. Det er uklart, hvordan beregningerne reelt foretages, siger hun.

[...]

At hotellerne har fokus på klima ser [Person 1] som en positiv udvikling, men branchen skal læne sig op ad de fælles værktøjer og certificeringer, der er skabt konsensus omkring, mener hun.

Her peger hun på Green Key, som det oplagte valg samt de værktøjer til klimaberegning, som er gratis og nemt tilgængelige.

Green Key er primært et miljømærke. 3.600 hoteller i 60 forskellige lande er i dag tilsluttet ordningen, som i Danmark bliver administreret af Horesta.”

[Klager] har videre anført, at [Person 1] i sin konsulentvirksomhed [Virksomhed A] blandt andet arbejder med hoteller, ligesom [Klager] gør. På hendes hjemmeside kan man se, at 8 ud af 19 referencer er hoteller og konferencesteder, og at man kan blandt andet læse følgende udtalelse fra en receptionschef på et hotel:

”[Person 1] har hjulet Hotel Frederikshavn igennem Green Key certificeringsprocessen, med stor succes. Vi var helt ”grønne”, da vi startede med at kigge ind i en Green Key certificering. [Person 1] har været utrolig dygtig og ekstremt kompetent. Hun har formidlet alle tingene, så de kunne forstås på vores niveau. Hun har været en uvurderlig faktor i vores certificeringsforløb...”

Kilden, der er anvendt i artiklen, ernærer sig således som konsulent og tjener penge på at bistå hoteller med certificering inden for Green Key-ordningen, som hun også i Sustain Reports dækning anbefaler som alternativ til [Klager]. Hun er derfor uegnet som ekspertkilde, da hendes udsagn kan være farvede af personlig interesse.

For [Klager] er det et stort problem, at en konkurrent bliver fremstillet som en uvildig ekspert, og virksomheden har lidt stor skade som følge af den omtale, som Sustain Report har bragt, og som er baseret på udsagn fra en kilde, som tjener penge på [Klager]s konkurrent, Green Key.

[Klager] har herudover anført, at Sustain Report, ud over ikke at udvise tilstrækkelig kritik over for kilden, også i det efterfølgende har handlet i strid med god presseskik og har henvist til, at kilden, [Person 1], og mediet efterfølgende har haft en dialog på LinkedIn. [Opslaget er gengivet under punkt 1. Sagsfremstilling, *Pressenævnet*].

Kilden, [Person 1], har i opslaget på LinkedIn refereret til artiklen ”*Dansk Erhverv og hotelkæder dropper samarbejdet med kritiseret Climate Award*”, hvor hun understreger, at Dansk Erhverv og flere hotelkæder har afbrudt samarbejdet med [Klager]. I opslaget har hun nævnt flere ledende medarbejdere fra Horesta, som er ansvarlige for Green Key ordningen, og som dermed er en vigtig kommerciel samarbejdspartner for [Person 1] og samtidig den primære konkurrent til [Klager]s faste samarbejdspartner, Dansk Erhverv. Til sidst i opslaget har [Person 1] rost Sustain Reports journalist ved navn for dækningen af [Klager]. I kommentaren har Sustain Reports journalist, [Person 8], takket for rosen og takket [Person 1] for at være en god ekspertkilde.

Sustain Report forsømmer således at forholde sig kritisk til [Person 1] som kilde, og mediet blåstempler hende endvidere som ekspert. Endelig reklamerer journalisten efterfølgende for mediet, ligesom kilden også anbefaler mediet.

[Klager] har bemærket, at de presseetiske regler ikke indeholder deciderede retningslinjer for, hvordan medierne i øvrigt kan og bør agere med deres ”ekspertkilder” i det offentlige. Det fremgår dog klart, at god presseskik også dækker mediernes opførsel, hvorfor journalistens dialog med kilden efterfølgende også bør iagttage god presseskik.

Sletning – punkt B.8

[Klager] har anført, at Sustain Report bør fjerne de påklagede artikler, eller alternativt fjerne [Person 1] som kilde, da brugen af hende som kilde er i strid med god presseskik.

2.2 Sustain Reports synspunkter

Kildekritik og mediets handlemåde

Sustain Report har anført, at mediet altid forholder sig kritisk til kilder og vurderer, hvilke interesser disse kan have. De faktuelle oplysninger, som en kilde kommer med, krydstjekkes, og vurderinger og kritik fra kilderne forelægges. Den kritiske tilgang indebærer en vurdering af, hvilke egeninteresser den pågældende kilde har, ligesom det indebærer, at faktuelle oplysning efterprøves i videst muligt omfang, og at holdninger og vurderinger, som er kritiske over for andre parter, forelægges for de kritiserede, og at disse får lejlighed til at besvare kritikken.

Sustain Report har videre anført, at det af klager ikke bestrides, at mediet har forelagt ham den kritik, der blev rejst, at hans svar er refereret på en retvisende måde, og at han ikke har klaget over, at der skulle være faktuelle fejl i artiklerne.

I forhold til det af klager anførte om, at han ønsker hele artiklerne fjernet eller som alternativ de afsnit, hvor kilden refereres, har Sustain Report anført, at det vil være en principiel

ændring af presseetikken, hvis en kritiseret part kan nedlægge veto mod, at medier hører og citerer bestemte kilder.

I artiklerne er kilden tydeligt varedeklareret, og det er oplyst, at kilden, [Person 1], driver sit eget rådgivningsfirma og derudover underviser i bæredygtighed på CBS. Herudover er det ikke korrekt, som anført af klager, at hun i artiklerne er anført som ”ekspertkilde”. Når artiklen ikke beskriver [Person 1] som en konkurrent til klagers virksomhed, er det fordi, hun ikke er det. Påstanden om, at hun er en konkurrent til klagers virksomhed, er misvisende. Sustain Report har i den forbindelse bemærket, at klager har anført, at virksomheden ikke tidligere har været bekendt med [Person 1]s virksomhed, hvilket kan undre, når hun skulle være en konkurrent.

Sustain Report har videre anført, at der ikke er organisatoriske eller kommercielle bånd mellem [Person 1] og Green Key ordningen. Det eneste belæg, klager har for at påstå, at [Person 1] skulle have en særlig tilknytning til Green Key ordningen, er, at 8 ud af 19 referencer på hendes hjemmeside er hoteller. Sustain Report er i øvrigt bekendt med, at [Person 1] også bistår andre kunder i brancher, som ikke ønsker at være nævnt som referencer. Derfor er hun omtalt som selvstændig konsulent og underviser på CBS, hvilket er en retvisende omtale.

I den ene artikel citeres [Person 1] for at udtale, at Green Key ordningen er den mest oplagte mærkningsordning for hoteller at arbejde med, og en anden kilde, [Person 3], der også udtaler sig i artiklen, har samme holdning.

Sustain Report har om Green Key videre anført, at ordningen er opstået i et samarbejde mellem Friluftsrådet, Horesta med Miljøstyrelsen som samarbejdspart. Internationalt administreres ordningen af Foundation for Environmental Education, som også står bag bl.a. Blå Flag-ordningen for strande. Der er således tale om en bredt anerkendt mærkningsordning, og det, at den anbefales af flere konsulenter fremhæves som oplagt for hoteller, gør ikke disse til særlige ambassadører eller agenter for Green Key ordningen.

I forhold til klagers påstand om, at Green Key er en konkurrent til [Klager], har Sustain Report anført, at dette ikke er retvisende. Green Key er en international certificeringsordning, der har eksisteret i ca. 30 år. Green Key er således et bredt anerkendte miljømærke for hotelsektoren og er et miljømærke, der medtager enkelte sociale forhold, og først nu er man ved at integrere klimaberegninger. Klimascor alene er en klimaberegning og altså ikke en certificering, som Green Key ordningen er.

Sustain Report har videre anført, at mediernes pligt til at forholde sig kritisk til kilder ikke indebærer, at aktører, som helt eller delvist har interesse, og dermed også viden på et område, ikke kan benyttes som kilder. Sustain Report har i den forbindelse videre bemærket, at det er normalt, at personer med branchekendskab anvendes som kilder, og har i den forbindelse oplyst, at [Person 1] i mediet tidligere har udtalt sig om flere emner, eksempelvis rewilding, tøjbranchen, bæredygtighedstrends og greenwashing i tøjbranchen m.v.

At anvende en kilde med branchekendskab er endvidere normal praksis, og når Sustain Report har valgt at benytte [Person 1] som kilde, skyldes det både hendes kendskab til hotelsektoren, og at hun som underviser på CBS er velbevandret i juraen omkring greenwashing. At kilden har hoteller som kunder, diskvalificerer således ikke som kilde.

De faktuelle oplysninger, som kilden kom med, er blevet forelagt for [Klager], og som det fremgår af artiklerne, har [Medejerer] fra [Klager] fået lejlighed til at kommentere på kritikken omkring manglende transparens i den såkaldte klimascore og kritikken af påstanden om, at man kan bo mere klimavenligt end derhjemme på 21 navngivne hoteller.

Sustain Report har videre anført, at der optræder et stort antal kilder i artiklerne, og at [Person 1]s kritik således ikke står alene. Ud over hende er kilden [Person 3] fra [Virksomhed B] citeret, og hans udtalelser ligger tæt op ad [Person 1]s.

Sustain Report har endvidere efterprøvet [Klager]s påstand om deres samarbejde med [Virksomhed C] og DTU, og mediet refererer de personer, som [Klager] angiver at have samarbejdet med. Herudover er der kommentarer fra Horesta. Og det er en selvfølge, at Dansk Erhverv og de to hotelkæder Comwell og Scandic er blevet hørt.

Sustain Report har i forhold til mediets kommentar til kilden på LinkedIn anført, at det er helt normalt, at journalister og redaktører på sociale medier omtaler egne artikler og også nævner centrale kilder, og at mediet har svært ved at se at kommentaren skal dokumentere, at der ikke er udøvet grundlæggende kildekritik i journalistikken.

Sustain Report har afslutningsvist bemærket, at store hotelkæder og Dansk Erhverv afbrød samarbejdet med [Klager] allerede under mediets research, hvilket fremgår af artiklen ”*Dansk Erhverv og hotelkæder dropper samarbejdet med kritiseret Climate Award*”.

Sletning – punkt B.8

Sustain Report har afvist at slette de to artikler og har bemærket, at det vil være en principiel ændring af presseetikken, hvis en kritiseret part, kan nedlægge veto mod, at medier hører og citerer bestemte kilder i dækningen af en sag.

3 Pressenævnets begrundelse og afgørelse:

I sagens behandling har følgende nævnsmedlemmer deltaget:

Jørn Steen Sørensen, Jørn Mikkelsen, Ulrik Holmstrup og Marlene Borst Hansen.

Kompetence

Pressenævnet bemærker, at det følger af medieansvarslovens § 34, at ”*massemediernes indhold og handlemåde*” skal være i overensstemmelse med god presseskik. Det er således mediet og ikke den enkelte journalist, som er part i Pressenævnets sag.

Elektroniske medier er som udgangspunkt kun omfattet af Pressenævnets kompetence, hvis de har anmeldt sig til Pressenævnet, jf. medieansvarslovens § 1, nr. 3, jf. § 8, stk. 1 eller hvis de modtager mediestøtte.

Sustain Report udgives af Science Report ApS, som er tilmeldt Pressenævnet og modtager mediestøtte. Klagen realitetsbehandles derfor for så vidt angår Science Report.

God presseskik

Kildekritik og mediets handlemåde

[Klager] har klaget over, at Sustain Report ikke har udvist tilstrækkelig kildekritik ved at lade en kilde, der samtidig er konkurrent til [Klager], udtale sig kritisk om firmaet.

Det følger af de vejledende regler for god presseskik, at kritik bør udvises over for nyhedskilderne, i særdeleshed når disses udsagn kan være farvet af personlig interesse eller skadevoldende hensigt, jf. punkt A.2.

Redaktøren er i overensstemmelse med det almindelige princip om redaktørens ret til at redigere mediet som udgangspunkt berettiget til at beslutte, hvad man vil bringe i mediet. Det vil sige, at det ligger inden for grænserne af redaktørens redigeringsret at afvise at omtale forhold, der for en af parterne forekommer centrale, ligesom det er op til redaktøren at vælge og fravælge materiale og kilder, så længe de indholdsmæssige krav til den bragte information iagttages.

Af artiklen ”*Greenwashing når Comwell pralede af at have Danmarks mest klimavenlige hotel*” fremgår om [Klager] blandt andet:

”Bag kåringen gemmer der sig også et opgør mellem to konkurrerende erhvervsorganisationer. Dansk Erhverv har en række af de større hotelkæder som medlemmer, men de fleste hoteller og restauranter er medlemmer af Horesta, som også er dansk partner for den internationale Green Key-ordning, der måler på miljø og sociale forhold. Tilknytningen til Dansk Erhverv slår klart igennem, når man ser på de seneste to års vindere. De to store hotelkæder, Scandic og Comwell, har begge plads i juryen bag priserne. Begge kæder er medlem af Dansk Erhverv. Og de to kæder tager flittigt for sig, når priserne uddeles.

[...]

[Klager]s forretning omfatter både en egentlig klimascore, hvor hotellerne kan opnå op til 10 point. Derudover har virksomheden sammen med Dansk Erhverv de seneste to år stået bag Climate Award, og hotellerne kan købe benchmark, fremgår det af virksomhedens hjemmeside.

[...]”

Af artiklen fremgår følgende om kilden, [Person 1], der udtaler sig i artiklen:

”Påstanden om, at man kan bo mere klimavenligt end hjemme, har undret [Person 1], der udover at rådgive om bæredygtighed i sin egen virksomhed [Virksomhed A] også underviser i greenwashing på CBS.”

Kilden er herefter citeret for blandt andet følgende:

”-Det er meget ugennemsigtigt, hvad [Klager]s rating bygger på. De skriver, at der så vidt muligt bruges data fra virksomhederne, men når det ikke er muligt, benytter de, hvad de refererer til som offentligt tilgængelige kilder. Jeg har endnu ikke kunnet finde en klimaberegning fra [Klager]. Det er uklart, hvordan beregningerne reelt foretages, siger hun.

Hun understreger, at virksomheder bør rapportere deres klimaudledning med afsæt i Green House Gas-protokollen, som der internationalt er konsensus omkring. Og i Danmark er der gode og gratis værktøjer til at håndtere dette, pointerer [Person 1].”
Comwell mangler

I efteråret 2022 var det Comwells hotel i Aarhus, som vandt hovedprisen ved Climate Award.

Når Comwell bruger overskriften ‘Danmarks mest klimavenlige hotel’ om kædens hotel i Aarhus, tøver [Person 1] ikke med at kalde det greenwashing.

-Hvis Comwell vil bruge den betegnelse, skal der meget mere end vinderpladsen i en kåring fra et privat firma, som alene har sammenlignet et mindre antal hoteller til, siger [Person 1].

Hun henviser til, at markedsføringsloven klart siger, at bæredygtighedsudsagn skal være specifikke og dokumenteres, ellers er de vildledende.

-Jeg mener, at påstanden om Danmarks mest klimavenlige hotel er vildledende, og at der mangler transparens og dokumentation, både hos [Klager] og blandt de vindende hoteller, siger [Person 1].

Hun understreger, at hendes kommentarer ikke skal ses som en kritik af Comwells indsats.

-Mit indtryk er, at de gør mange fornuftige ting, men jeg har ikke set dokumentation, som kan berettige deres kommunikation omkring prisen, hvilket jeg også tror, at forbrugerombudsmanden ville være enig i. Derfor synes jeg, at det er ærgerligt, at en så stor spiller lægger vægt på et selvudviklet værktøj, som vel og mærke ikke er uafhængigt, siger hun.

At hotellerne har fokus på klima ser [Person 1] som en positiv udvikling, men branchen skal læne sig op ad de fælles værktøjer og certificeringer, der er skabt konsensus omkring, mener hun.

Her peger hun på Green Key, som det oplagte valg samt de værktøjer til klimaberegning, som er gratis og nemt tilgængelige.

Green Key er primært et miljømærke. 3.600 hoteller i 60 forskellige lande er i dag tilsluttet ordningen, som i Danmark bliver administreret af Horesta.”

Af artiklen ”*Dansk Erhverv og hotelkæder dropper samarbejdet med kritiseret Climate Award*” fremgår blandt andet:

[...] Efter lidt betænkningstid har både Dansk Erhverv og hotelkæderne Comwell og Scandic trukket sig fra samarbejdet og deltagelsen i Climate Award. Og på baggrund af kritikken om at [Klager] er et selvbestaltet og ugennemsigtigt værktøj, vil virksomheden nu arbejde med at få en tredjeparts verificering.

[...]

[Person 1], fra virksomheden [Virksomhed A], har kritiseret både prisuddeling og [Klager] for at mangle gennemsigtighed. Hun finder det useriøst at kåre Danmarks mest klimavenlige hotel blandt ganske få hoteller og med en såkaldt klimascore, som er umulig at gennemskue. Efter [Person 1]s opfattelse er der tale om greenwashing, når Comwell har kaldt kædens århusianske hotel for Danmarks mest klimavenlige, blot fordi de har vundet en kåring blandt 42 hoteller. Hun har også rettet en skarp kritik af [Klager], som har hævdet, at man på 21 navngivne hoteller kan bo mere bæredygtigt end derhjemme.

[...]

[Klager]s stifter og ejer [Medejerer] fortæller, at der bag klimascoren for de enkelte hoteller ligger en beregning af hotellets faktiske klimabelastning. Her bruger [Klager] data fra hotellets indkøb og energiregninger. Men i stedet for at opgive klimabelastningen i CO₂- ækvivalenter omregner [Klager] resultaterne til deres egen skala, der går fra 0 til 10. I [Klager] er det en relativ skala. Vinderen af Climate Awards har altid fået topkarakteren 10.

Lover Badges om "mere klimavenligt end derhjemme"

Når [Klager] på sin hjemmeside har anbefalet 21 hoteller, som "mere klimavenlige end derhjemme", er det ifølge [Medejerer] ud fra en sammenligning med klimabelastningen i en gennemsnitshusholdning, som tænketanken [Virksomhed C] har foretaget.

[...]

Forelagt dette, skriver [Medejerer], at brugen af disse badges kræver, at CO₂-udledningen for en gennemsnitlig hotelgæst er lavere end den gennemsnitlige dansker. Dette fremgår dog ikke af omtalen på [Klager]. [Medejerer] skriver desuden, at teksten på [Klager] er ændret. Han har dog ikke været hele hjemmesiden igennem, da der stadig efterfølgende blev reklameret med de pågældende badges i beskrivelsen af de forskellige produktpakker, som hotellerne kan købe.

[...]

[Medejerer] afviser i første omgang kritikken af, at der mangler transparens, og at den såkaldte klimascore er et selvopfundet begreb, hvor hverken kunder eller andre kan se, hvad der ligger bag. I en klimarapportering efter Green House Gas-protokollen kan man se, klimabelastningen i scope 1, 2 og 3, mens det er uklart, hvad der ligger bag klimascoren? – Der er ligger en beregning af CO₂-belastningen bag, som vi har lavet for hotellet. Det er det enkelte hotel, der selv bestemmer, om de vil offentliggøre dette, siger [Medejerer]. Vi har allerede en måleenhed for klimabelastning, nemlig CO₂- ækvivalenter. Hvorfor bruger I ikke bare den. Jeres klimascore svarer til, at opfinde en afstandsscore i stedet for metersystemet? – Scoren er udviklet til at hjælpe de rejsende og gøre det enkelt. Lige nu er en klimascore på 10 lig med en klimabelastning på 35 kg. CO₂ per gæst per døgn, siger [Medejerer]. Det fremgår af en disclaimer på [Klager], at man ved beregningen af klimaudledningerne benytter generiske branchetal i de tilfælde, hvor der ikke er specifikke tal for det enkelte hotel. På spørgsmålet om, i hvilket omfang dette sker,

svarer [Medejerer], at det er i et fåtal af beregningerne. Han kan dog ikke sætte tal på, hvor ofte det er sket.

Tvivl om partnere

I starten af vores interview med ham, nævner han, at metoden bag [Klager] er udviklet i samarbejde med blandt andre [Person 4] fra [Virksomhed C] og lektor [Person 5] fra DTU.

[...]

I Sustain Reports interview med [Medejerer] forelagde vi ham, at både [Person 5] og [Person 4], trods pæne ord over for os, havde understreget, at de på ingen måde havde valideret [Klager]s metode. Hertil svarer [Medejerer]: “Jeg har et dokument, hvor der står, at han har kvalitetssikret vores metode”. I en senere samtale fredag 28. april lover han at sende dette dokument. Dette sker dog ikke. I stedet videresender [Medejerer] en mail dateret 1. maj – altså efter vores samtale – hvor [Person 5] bekræfter, at [Klager]s metode er udviklet “med input fra DTU.” Vi bad [Medejerer] om at sende det dokument, han i første omgang henviste til, og give en forklaring. [Medejerer] har efterfølgende sendt en kopi af forsiden på en såkaldt metodebeskrivelse for [Klager]. Her står der på forsiden, at dokumentet er skrevet af en medarbejder i [Klager], og at det angiveligt er gennemgået af [Person 5], mens det er godkendt af [Medejerer] selv.

Dansk Erhvervs trækker sponsorat

[...]

Efter Dansk Erhverv og de to store hotelkæder har trukket sig ud af samarbejdet med [Klager], fortæller [Medejerer], at [Klager] vil få foretaget en tredjeparts validering af metoden. Indtil det er sket er Climate Award 2023 udskudt, oplyser han i en mail til Sustain Report.

Sustain Report har i artiklen ”*Greenwashing når Comwell pralede af at have Danmarks mest klimavenlige hotel*” oplyst, at kilden, [Person 1], rådgiver om bæredygtighed i sin egen virksomhed [Virksomhed A], og at hun også underviser i greenwashing på CBS.

Der er mellem parterne uenighed om, hvorvidt [Klager] og kilden, [Person 1], er direkte konkurrenter. Pressenævnet skal bemærke, at nævnet ikke kan tage stilling til, i hvilket omfang de to parter måtte være konkurrenter.

Nævnet bemærker, at den almindelige kritik, som mediet bør udvise over for en nyhedskilde, skærpes, når kilden ikke kan forventes at forholde sig objektivt til sagen, eksempelvis, hvor der består et konkurrenceforhold, og at mediet i disse tilfælde særligt skal kontrollere grundlaget for og rigtigheden af kildens oplysninger.

Nævnet finder, at Sustain Report ved at oplyse, at kilden rådgiver om bæredygtighed i sin egen virksomhed har givet læseren tilstrækkelig mulighed for at forholde sig til kildens troværdighed, og at mediet ved valg af kilder i den konkrete sammenhæng ikke har overskredet de vide rammer for mediets redigeringsret. Pressenævnet har i den forbindelse lagt vægt på, at [Person 1] ikke er den eneste kilde, der optræder i artiklen ”*Greenwashing når Comwell pralede af at have Danmarks mest klimavenlige hotel*”.

Nævnet finder endvidere, at Sustain Report, ved at indhente en kommentar fra [Klager], som er bragt i artiklen ”*Dansk Erhverv og hotelkæder dropper samarbejdet med kritiseret Climate Award*”, har udvist tilstrækkelig kildekritik ved at efterprøve den rejste kritik og gengive svaret fra [Klager] i artiklen. Nævnet bemærker i den forbindelse, at de to påklagede artikler linker til hinanden.

Nævnet finder herefter ikke grundlag for at udtale kritik af Sustain Report. Det forhold, at mediet og kilden efterfølgende har haft en korrespondance på sociale medier kan ikke ændre herpå.

Sletning – punkt B.8

[Klager] har klaget over, at Sustain Report ikke har fjernet artiklerne.

Generelt om punkt B.8

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 instruksenen 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.

Det er nævnets opfattelse, at anvendelse af B.8 i de vejledende regler og muligheden for at meddele et medie kritik for ikke at imødekomme en anmodning om afindeksering, anonymisering eller afpublicering som udgangspunkt kun bør anvendes, når der er tale om oplysninger, som er særligt belastende for den person, der er omtalt.

Den konkrete sag

Artiklerne indeholder omtale af klagers erhvervsmæssige virke. Det er Pressenævnets opfattelse, at artiklerne og den kritiske omtale af virksomheden, ikke indeholder oplysninger, som må anses for følsomme eller private i en sådan grad, at de er særligt belastende for klager.

Nævnet har i den forbindelse lagt vægt på, at der er tale om forhold vedrørende erhvervsforhold, som kan anses for at have almen interesse. Nævnet har også lagt vægt på, at der ikke er udtalt kritik efter reglerne om god presseskik ovenfor. Nævnet finder således ikke, at der er tungtvejende grunde, der taler for at hindre artiklernes tilgængelighed.