Kendelse

afsagt den 27. marts 2020

Sag nr. 2019-80-0379

[Klager]

mod

Berlingske

[Klager] har ved advokat [Advokaten] klaget til Pressenævnet over artiklen *"Ny redegørelse slår fast: [Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"*, som blev bragt af Berlingske den 9. august 2019 på Berlingskes netavis berlingske.dk og den 12. august 2019 i den trykte udgave af Berlingske under overskriften *"[Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"*, samt over indlægget *"Indlæg: Berlingskes omtale af [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sag"*, som blev bragt af Berlingske den 21. august 2019 på Berlingskes netavis berlingske.dk og i den trykte udgave af Berlingske, idet han mener, at god presseskik er tilsidesat.

[Klager] har klaget over, at Berlingske har bragt redaktionelle bemærkninger i umiddelbar forbindelse med hans genmæle, samt over Berlingskes afvisning af at bringe et nyt genmæle. [Klager] har desuden klaget over manglende forelæggelse.

---

1 Sagsfremstilling

Forud for offentliggørelsen

Forud for offentliggørelsen af den påklagede artikel sendte Berlingske den 9. august 2019 kl. 12:39 en SMS til [Klager] med følgende ordlyd:

> "Hej [Klager], håber du har en god sommer. Går ud fra du har set, Konkurrencestyrelsen har identificeret bureauerne såvel som jer [Ambulancevirksomhed A]-ansatte i deres opdaterede redegørelse. Vi kan se, at du er "E", [Person A] "D" og [Person B] "F". Det bekræfter jo i det store og hele, hvad vi skrev tidligere; nemlig at du spillede en central rolle i afviklingen af kampagnen, ligesom det fremgår, at [Person C] og [Person D] løbende nikkede til initiativerne. Vi samler lidt op på det i en artikel til i morgen, og du skal vanen tro have mulighed for en replik. Spørgsmålet er: Ændrer

> den her redegørelse noget ved den forklaring, du har givet? Er der noget i den opdaterede redegørelse, der vil overraske [Virksomheden]? Du er velkommen til at give et kald, ellers vil jeg gerne høre fra dig inden kl 15.
> Bh [Journalist A]"

Den påklagede artikel
Berlingske bragte den 9. august 2019 kl. 17:20 artiklen *"Ny redegørelse slår fast: [Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"* på Berlingskes netavis berlingske.dk. Artiklen har følgende underrubrik:

> "Konkurrencestyrelsen har sat navne og titler på de kommunikationsbureauer og [Ambulancevirksomhed A]-ansatte, der spillede hovedrollerne i den ulovlige smædekampagne mod konkurrenten [Ambulancevirksomhed B]. Det står nu helt klart, at [Klager], i dag direktør i [Virksomheden], spillede en helt central rolle, og at den daværende [Ambulancevirksomhed A]-ledelse var fuldt informeret om aktiviteterne."

Af artiklen fremgår følgende:

> "En ny redegørelse fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen fastslår nu, at [Virksomhed]sdirektør [Klager] var en nøglefigur i den ulovlige kampagne, som [Ambulancevirksomhed A] førte mod konkurrenten [Ambulancevirksomhed B].
> Det står klart, efter at styrelsen har løftet anonymiseringen af de eksterne kommunikationsbureauer og sat titler på de [Ambulancevirksomhed A]-ansatte, der tilbage i 2014 førte an i kampagnen mod hollandske [Ambulancevirksomhed B].
> Berlingske har tidligere fortalt, at [Klager] spillede en central rolle i at udarbejde den masterplan, som [Ambulancevirksomhed A] iværksatte i kølvandet på det tabte udbud om ambulancedrift, og styrelsens opdaterede afgørelse bekræfter det billede.
> Derudover fremgår det også, at den øverste [Ambulancevirksomhed A]-ledelse - i skikkelse af [Person C], CEO, og [Person D], vicekoncernchef, - løbende blev orienteret og godkendte de aktiviteter, som Konkurrencestyrelsen samlet har kritiseret for at være ekskluderende og i strid med konkurrencelovgivningen.
> Da Konkurrencestyrelsen i starten af året offentliggjorde sin afgørelse, blev den akkompagneret af en længere redegørelse, hvor en lang række mails relateret til kampagnen - sendt internt i [Ambulancevirksomhed A] og mellem [Ambulancevirksomhed A] og eksterne bureauer - blev offentliggjort. I den første afgørelse var jobtitlerne på de, der skrev og modtog de forskellige mails, fjernet, men i den nye version er sløringerne væk.
> Nu optræder de forskellige [Ambulancevirksomhed A]-ansatte med deres titler - eksempelvis »CEO«, »Deputy CEO« og »kommunikationschef« - den sidste titel var der tre, der havde hos [Ambulancevirksomhed A] dengang, og de står derfor opført som henholdsvis kommunikationschef »D«, »E« og »F« i afgørelsen fra Konkurrencestyrelsen.

[Klager] er ifølge Berlingskes oplysninger synonym med »kommunikationschef E« i Konkurrencestyrelsens afgørelse, mens »F« er [Person B], nuværende kommunikationschef hos [Brancheorganisation A] og »D« er [Person A], nu kommunikationschef hos [Brancheorganisation B].
Alle tre har tidligere erkendt deres rolle i forløbet og beklaget det.
»Folk risikerer at dø«
Det fremgår af afgørelsen, at det var [Klager], kommunikationschef E, der i første omgang igangsatte samarbejdet med kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau A], der blev engageret for at hjælpe [Ambulancevirksomhed A] efter, at man havde tabt udbuddet til [Ambulancevirksomhed B].
»På baggrund af sagens vigtige og principielle karakter, ønsker [Ambulancevirksomhed A] ekstern rådgivning ift. håndteringen af den videre proces. Det handler bl.a. om at afdække den beslutningsproces, der førte til valget af leverandør, at afsøge muligheder for at afgørelsen omgøres, fremskaffelse og distribution af facts om de nye leverandørers (manglende) kapacitet mv.,« hedder det i den aftale, [Ambulancevirksomhed A] indgik med [Kommunikationsbureau A] i starten af september 2014.
De kommende uger udarbejdede [Kommunikationsbureau A], der ligeledes har erkendt og beklaget sin rolle i forløbet, i samarbejde med [Klager] og [Person A], en kommunikationsstrategi, der havde som mål, at »udbuddet bliver annulleret«. En af måderne var at »skabe bekymring«, fremgår det af kommunikationsstrategien.
»Borgerne og politikerne skal se for sig, at kvaliteten bliver ringere og responstiderne længere. Det bliver kaotisk og folk risikerer at dø,« stod der i den strategi, [Kommunikationsbureau A] og [Ambulancevirksomhed A] lægger.
Den opdaterede afgørelse bekræfter ligeledes, at den daværende [Ambulancevirksomhed A]-ledelse - [Person C] og [Person D] - var fuldt informeret om kampagnen. Det fremgår, at de indledningsvist fik tilsendt aftalen og strategien af [Klager], og at de efterfølgende godkendte den kampagne, der blev sat i gang.
Under radaren
Det var ligeledes [Klager], der senere i forløbet godkender, at [Kommunikationskonsulenten], en selvstændig kommunikationskonsulent med rødder i fagbevægelsen, blev koblet på projektet. På det tidspunkt er [Kommunikationsbureau A] presset af de mange »hasteopgaver«, der er forbundet med arbejdet og foreslår, at man engagerer [Kommunikationskonsulenten].
»Det er fint med os, hvis du vurderer, han er den rette. Så længe han er kontraktligt forbundet af samme confidentiality agreement, som du har underskrevet,« lyder svaret fra [Klager] på [Kommunikationsbureau A]s forespørgsel.
[Kommunikationskonsulenten] fik blandt andet til opdrag at tage kontakt til hollandske journalister, der skulle hjælpe med kritiske historier fra [Ambulancevirksomhed B]s hjemland. Det er siden kommet frem, at [Kommunikationskonsulenten] havde løjet for de hollandske journalister og fortalt dem, at han arbejdede for Fagbladet 3F, hvor han tidligere har været kommunikationsdirektør og chefredaktør.
[Kommunikationskonsulenten] sendte undervejs flere mails til [Kommunikationsbureau A] og [Ambulancevirksomhed A], hvor han gav status på sine aktiviteter. I en mail skrev han blandt andet, at der blev arbejdet på et grundigt »baggrundspapir«

om [Ambulancevirksomhed B]-bestyrelsesformand og dennes »karriere og forretningsmetoder«, ligesom han udtrykte glæde over aktiviteterne i Facebook-gruppen »[Facebook-gruppen]«, der ifølge Konkurrencestyrelsen spillede en hel central rolle i miskrediteringskampagnen mod [Ambulancevirksomhed B].
Hertil svarede [Klager]: »Tak for en rigtig god opdatering og rigtig godt arbejde. Det er præcis det her lidt under radaren, men alligevel lidt på pulsen, vi har brug for i den her fase! Fortsæt endelig den gode indsats,« lød svaret.
Armslængde
Konkurrencestyrelsen har i sin afgørelse kritiseret, at [Ambulancevirksomhed A]s kampagne blev udført »i armslængde«, hvormed der menes, at [Ambulancevirksomhed A] ikke skulle kunne identificeres som initiativtager til de forskellige aktiviteter. Også den del af ulovlighederne bidrog [Klager] til.
På et tidspunkt spurgte en [Kommunikationsbureau A]-medarbejder, hvordan bureauet skulle præsentere sig, når man eksempelvis henvendte sig til medier og politikere.
»Apropros fortrolighed skal vi lige have en afklaring af, hvordan vi kan præsentere os - er det sådan, at der skal være 100 % fortrolighed eller må vi sige, at vi laver pressearbejde for jer?,« spørger [Kommunikationsbureau A]-medarbejderen tilbage i september 2014, fremgår det af afgørelsen.
Til det svarede [Klager]:
»Mht. hvordan vi går i medierne, så tænker jeg, at det er lidt bredere end det. At det også handler om, hvordan vi kontakter andre stakeholdere osv. Jeg tænker, at vi har brug for et lille kort internt arbejdsdokument, som vi kunne kalde rules of engagement,« skrev han og fortsatte:
»Fx vil det bero på en vurdering af relationer. Det vil være vigtigt, at vi går lokalt via vores folk frem for nationalt. Fx bedst, at vores lokale folk kontakter journalist eller patientgruppe. Og så kan vores folk sige, at de har bedt [Kommunikationsbureau A] om at lave noget research, analyse osv. på en sag, for det har de ikke selv ressourcer til og så spille kontakten med journalister, organisationsfolk, politikere osv. videre til [Kommunikationsbureau A],« foreslog [Klager] og tilføjede:
»Dermed får [Kommunikationsbureau A] en passiv aggressiv rolle, og det er vores venner og vores lokale, der får andre bragt i spil hen ad vejen som ringe i vandet - og så får vi etableret et netværk, som vi kan fodre ting ud igennem af flere led - fx også med sociale medier. Det kan så igen løfte nogle af sagerne, når vi kommer til [Ambulancevirksomhed B].« [Virksomheden], hvor [Klager] blev ansat i efteråret 2018, har ikke ønsket at svare på, hvorvidt man hele tiden har kendt indholdet af den nu delvist afanonymiserede afgørelse fra styrelsen. Her henviser man i stedet til et tidligere citat fra topchef [Direktøren] fra februar i år:
»Sagen mellem [Ambulancevirksomhed A] og konkurrencemyndighederne var kendt og har naturligvis også været det, da vi ansatte [Klager] i [Virksomheden]. Vi har taget [Klager]s forklaring om sagen og hans rolle i den til efterretning, og har tillid til den.«
[Klager] er ikke vendt tilbage på Berlingskes henvendelse fredag.
[Ambulancevirksomhed A] meddelte kort inden sommerferien, at man havde indgået forlig med [Ambulancevirksomhed B] og Region Syddanmark. Nu afventes der

> blot, at Bagmandspolitiet udstikker en bøde til [Ambulancevirksomhed A] for de ulovlige aktiviteter."

Berlingske bragte den 12. august 2019 artiklen *"[Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"* i Business-sektionen, sektion 2, side 3 i den trykte udgave af Berlingske. Artiklens indhold er enslydende med indholdet af den påklagede artikel *"Ny redegørelse slår fast: [Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"* bragt den 9. august 2019 på Berlingskes netavis berlingske.dk.

Efter offentliggørelsen
Efter offentliggørelsen af den påklagede artikel var advokat [Advokaten] i skriftlig kontakt med Berlingske via mail. Pressenævnet har modtaget kopi af mailkorrespondancen.

Den 15. august 2019 skrev advokat [Advokaten] følgende til Berlingske:

> "Kære [Chefredaktøren],
> Som advokat for kommunikationsdirektør [Klager] anmoder jeg venligst i medfør af medieansvarslovens § 36 om optagelse af vedhæftede genmæle med tilsvarende eksponering som de oprindelige artikler.
> Jeg er naturligvis til rådighed, hvis indholdet giver anledning til spørgsmål eller bemærkninger.
> Hvis journalisterne havde forelagt disse beskyldninger for [Klager], som foreskrevet i de presseetiske regler, kunne ovenstående faktuelle fejl have været undgået, idet jeg bemærker, at journalistens henvendelse til [Klager] pr. sms den 9. august kl. 12.39 med svarfrist samme dag kl. 15, hverken i tid eller indhold opfylder disse regler. Det er klart, at jeg i det hele må tage forbehold for min klients retsstilling.
> Med venlig hilsen
> [Advokaten]
> advokat (H)"

Vedhæftet mailen var følgende genmæletekst:

> "Genmæle
> Berlingskes omtale af [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sag
> Berlingske bragte den 9. august på nettet (og igen den 12. august i papiravisen) en artikel af journalisterne [Journalist A] og [Journalist B], der indeholder faktuelle fejl om [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sagen. Artiklen giver et forkert billede, som der her skal tages til genmæle imod.
> [Klager] er personligt hverken sigtet, tiltalt eller dømt for at have begået noget ulovligt. Alligevel skriver Berlingske i artiklen:
> "Konkurrencestyrelsen har i sin afgørelse kritiseret, at [Ambulancevirksomhed A]s kampagne blev udført »i armslængde«, hvormed der menes, at [Ambulancevirksomhed A] ikke skulle kunne identificeres som initiativtager til de forskellige aktiviteter. Også den del af ulovlighederne bidrog [Klager] til."

Det er faktuelt forkert, at [Klager] har bidraget til ulovligheder.
Konkurrencestyrelsen skriver i resumeet af sagen (pkt. 31 – 33):
”31. De understøttende aktiviteter bestod i, (i) at [Ambulancevirksomhed A] efter at have tabt Udbuddet vedtog en kommunikationsstrategi, som blev fastlagt og udmøntet i en såkaldt ”Masterplan” og implementeret af [Ambulancevirksomhed A], (ii) at [Ambulancevirksomhed A] klagede til Klagenævnet for Udbud over Region Syddanmarks beslutning om at tildele ambulancekontrakterne til bl.a. [Ambulancevirksomhed B], samt (iii) at [Ambulancevirksomhed A] meddelte [Ambulancerederne], at der efter tabet af Udbuddet ikke ville ske afskedigelser, samt tilbød andre stillinger.
32. Disse understøttende aktiviteter er ikke genstand for misbrugsvurderingen i denne sag.
33. Det skal understreges, at virksomheder selv sagt lovligt kan konkurrere om bl.a. at tiltrække og fastholde medarbejdere med henblik på at styrke deres egen forretning og placering i markedet. Ligeledes kan virksomheder lovligt indgå aftale med et PR-bureau og fastlægge en kommunikationsstrategi fx med henblik på at vinde kunder i markedet. Det gælder også for dominerende virksomheder.”
Journalisterne [Journalist A] og [Journalist B] er klar over, at [Klager] i et Facebookopslag klart har tilkendegivet, at han personligt har overholdt alle regler og love i forbindelse med sit job i [Ambulancevirksomhed A]. Berlingske vælger alligevel at viderebringe udokumenterede påstande om involvering i ulovligheder uimodsagt i artiklen.
Præmissen i Berlingskes historie er, at kommunikation i armslængde er ulovlig, hvilket også er forkert – mens der bestemt kan være etiske problemer i, hvordan armslængde håndteres. Kommunikation i armslængde kan forstås på to måder:

- som faglig armslængde, hvor fx en revisor eller en konsulent udarbejder en analyse eller noget research – som, selvom arbejdet er betalt af en opdragsgiver, alligevel kan præsenteres med en faglig uafhængighed i armslængde af opdragsgiveren.
- som armslængde i strid med kommunikationsbranchens etiske regler, hvor opdragsgiveren er skjult.

Berlingske har valgt at se bort fra centralt materiale i sagen, som dokumenterer, at [Klager] netop understregede over for kommunikationsbureauet, at dette skulle overholde alle regler og gældende etiske retningslinker. Det fremgår af en mail gengivet i Konkurrencestyrelsens rapport, at [Klager] til kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau A] skrev følgende:
”Som vi også lige talte om i telefonen, er det klart, at det er afgørende for os – som vi understregede, da vi skrev kontrakt med jer – at vi overholder alle gældende etiske retningslinjer i vores samarbejde. Der er et par uheldige formuleringer i nedenstående, som jeg forstår, beror på misforståelser – bare så vi i vores dialog er helt præcise om, at vi arbejde efter alle gældende regler og retningslinjer. Hvis I vil bekræfte det.”
Bureauet bekræftede – som [Klager] havde krævet – samme dag, at alle regler ville blive overholdt, jf. konkurrencestyrelsens rapport pkt. 179 og 180.
Det er således i strid med sagens fakta, når Berlingske vælger ikke at omtale netop denne afgørende e-mail i gennemgangen af [Klager]s rolle i sagen. Det er derfor også

faktuelt forkert, når det af Berlingskes artikel fremstår som om [Klager] ville bifalde, at kommunikationsindsatsen skulle foregå på en måde, hvor [Ambulancevirksomhed A]s involvering ville være skjult for aktører, der blev kontaktet om sagen.
Dette fremgår i øvrigt også af en af de e-mails, som Berlingske citerer i artiklerne og derfor kender. Avisen skriver:
"På et tidspunkt spurgte en [Kommunikationsbureau A]-medarbejder, hvordan bureauet skulle præsentere sig, når man eksempelvis henvendte sig til medier og politikere.
»Apropos fortrolighed skal vi lige have en afklaring af, hvordan vi kan præsentere os – er det sådan, at der skal være 100% fortrolighed eller må vi sige, at vi laver pressearbejde for jer?,« …
Til det svarede [Klager]:
…
»Fx vil det bero på en vurdering af relationer. Det vil være vigtigt, at vi går lokalt via vores folk frem for nationalt. Fx bedst, at vores lokale folk kontakter journalist eller patientgruppe. Og så kan vores folk sige, at de har bedt [Kommunikationsbureau A] om at lave noget research, analyse osv. på en sag,"
[Klager] skriver tydeligt, at [Ambulancevirksomhed A]s egne folk skal kontakte journalister såvel som andre aktører og sige åbent, at [Ambulancevirksomhed A] har engageret [Kommunikationsbureau A] til opgaven.
Berlingske støtter sin beskyldning om, at [Klager] har medvirket til ulovligheder, på, at [Klager] i en mail skriver, at noget af den pågældende kommunikationskonsulents indsats skal foregå "under radaren". Herved forstås medieradaren – at en del af konsulentens arbejde er research, direkte dialog med aktører osv. som ikke retter sig imod at indgå i medierne. Det er helt normalt kommunikationsarbejde, der ikke er retsstridigt.
Dermed står det også klart, at der ikke er faktuel dækning for Berlingskes rubrik og underrubrik på artiklerne. Avisen skriver:
"Ny redegørelse slår fast: [Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne
Konkurrencestyrelsen har sat navne og titler på de kommunikationsbureauer og [Ambulancevirksomhed A]-ansatte, der spillede hovedrollerne i den ulovlige smædekampagne mod konkurrenten [Ambulancevirksomhed B]…"
Dette er jf. ovenstående gennemgang misvisende."

Den 16. august 2019 svarede Berlingske følgende:

"Kære [Advokaten]
Vi publicerer genmælet i Business-sektionen og i forbindelse med online-udgaven af artiklen. Ved siden af dette publiceres en redaktionel rettelse, hvor vi beklager formuleringen om, at [Klager] har bidraget til ulovligheder, hvilket der ikke er dækning for at skrive.
Du er velkommen til at kontakte mig, hvis der på den baggrund skulle være yderligere spørgsmål – eller i øvrigt.

De bedste hilsner
[Chefredaktøren]
ansvarshavende chefredaktør
Berlingske"

Det påklagede indlæg
Berlingske bragte den 21. august 2019 indlægget *"Indlæg: Berlingskes omtale af [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sag"* på Berlingskes netavis berlingske.dk og i Businesssektionen, sektion 2, side 3 i den trykte udgave af Berlingske.

Af indlægget fremgår følgende:

> "Berlingske bragte 9. august på nettet (og igen 12. august i papiravisen) en artikel af journalisterne [Journalist A] og [Journalist B], der indeholder faktuelle fejl om [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sagen. Artiklen giver et forkert billede, som der her skal tages til genmæle imod.
> [Klager] er personligt hverken sigtet, tiltalt eller dømt for at have begået noget ulovligt. Alligevel skriver Berlingske i artiklen:
> »Konkurrencestyrelsen har i sin afgørelse kritiseret, at [Ambulancevirksomhed A]s kampagne blev udført »i armslængde«, hvormed der menes, at [Ambulancevirksomhed A] ikke skulle kunne identificeres som initiativtager til de forskellige aktiviteter. Også den del af ulovlighederne bidrog [Klager] til.«
> Det er faktuelt forkert, at [Klager] har bidraget til ulovligheder.
> Konkurrencestyrelsen skriver i resumeet af sagen (pkt. 31 - 33):
> »31. De understøttende aktiviteter bestod i, (i) at [Ambulancevirksomhed A] efter at have tabt Udbuddet vedtog en kommunikationsstrategi, som blev fastlagt og udmøntet i en såkaldt »Masterplan« og implementeret af [Ambulancevirksomhed A], (ii) at [Ambulancevirksomhed A] klagede til Klagenævnet for Udbud over Region Syddanmarks beslutning om at tildele ambulancekontrakterne til bl.a. [Ambulancevirksomhed B], samt (iii) at [Ambulancevirksomhed A] meddelte [Ambulanceredderne], at der efter tabet af Udbuddet ikke ville ske afskedigelser, samt tilbød andre stillinger.
> 32. Disse understøttende aktiviteter er ikke genstand for misbrugsvurderingen i denne sag.
> 33. Det skal understreges, at virksomheder selvsagt lovligt kan konkurrere om bl.a. at tiltrække og fastholde medarbejdere med henblik på at styrke deres egen forretning og placering i markedet. Ligeledes kan virksomheder lovligt indgå aftale med et PR-bureau og fastlægge en kommunikationsstrategi fx med henblik på at vinde kunder i markedet. Det gælder også for dominerende virksomheder.«
> Journalisterne [Journalist A] og [Journalist B] er klar over, at [Klager] i et Facebook-opslag klart har tilkendegivet, at han personligt har overholdt alle regler og love i forbindelse med sit job i [Ambulancevirksomhed A]. Berlingske vælger alligevel at viderebringe udokumenterede påstande om involvering i ulovligheder uimodsagt i artiklen.

Præmissen i Berlingskes historie er, at kommunikation i armslængde er ulovlig, hvilket også er forkert - mens der bestemt kan være etiske problemer i, hvordan armslængde håndteres. Kommunikation i armslængde kan forstås på to måder:
- som faglig armslængde, hvor f. eks. en revisor eller en konsulent udarbejder en analyse eller noget research - som, selvom arbejdet er betalt af en opdragsgiver, alligevel kan præsenteres med en faglig uafhængighed i armslængde af opdragsgiveren.
- som armslængde i strid med kommunikationsbranchens etiske regler, hvor opdragsgiveren er skjult.
Berlingske har valgt at se bort fra centralt materiale i sagen, som dokumenterer, at [Klager] netop understregede over for kommunikationsbureauet, at dette skulle overholde alle regler og gældende etiske retningslinjer. Det fremgår af en mail gengivet i Konkurrencestyrelsens rapport, at [Klager] til kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau A] skrev følgende:
»Som vi også lige talte om i telefonen, er det klart, at det er afgørende for os - som vi understregede, da vi skrev kontrakt med jer - at vi overholder alle gældende etiske retningslinjer i vores samarbejde. Der er et par uheldige formuleringer i nedenstående, som jeg forstår, beror på misforståelser - bare så vi i vores dialog er helt præcise om, at vi arbejder efter alle gældende regler og retningslinjer. Hvis I vil bekræfte det.«
Bureauet bekræftede - som [Klager] havde krævet - samme dag, at alle regler ville blive overholdt, jf. konkurrencestyrelsens rapport pkt. 179 og 180.
Det er således i strid med sagens fakta, når Berlingske vælger ikke at omtale netop denne afgørende e-mail i gennemgangen af [Klager]s rolle i sagen. Det er derfor også faktuelt forkert, når det af Berlingskes artikel fremstår, som om [Klager] ville bifalde, at kommunikationsindsatsen skulle foregå på en måde, hvor [Ambulancevirksomhed A]s involvering ville være skjult for aktører, der blev kontaktet om sagen.
Dette fremgår i øvrigt også af en af de e-mail, som Berlingske citerer i artiklerne og derfor kender. Avisen skriver:
»På et tidspunkt spurgte en [Kommunikationsbureau A]-medarbejder, hvordan bureauet skulle præsentere sig, når man eksempelvis henvendte sig til medier og politikere.
»Apropos fortrolighed skal vi lige have en afklaring af, hvordan vi kan præsentere os - er det sådan, at der skal være 100% fortrolighed eller må vi sige, at vi laver pressearbejde for jer?,« ...
Til det svarede [Klager]:
»Fx vil det bero på en vurdering af relationer. Det vil være vigtigt, at vi går lokalt via vores folk frem for nationalt. Fx bedst, at vores lokale folk kontakter journalist eller patientgruppe. Og så kan vores folk sige, at de har bedt [Kommunikationsbureau A] om at lave noget research, analyse osv. på en sag,«
[Klager] skriver tydeligt, at [Ambulancevirksomhed A]s egne folk skal kontakte journalister såvel som andre aktører og sige åbent, at [Ambulancevirksomhed A] har engageret [Kommunikationsbureau A] til opgaven.
Berlingske støtter sin beskyldning om, at [Klager] har medvirket til ulovligheder, på, at [Klager] i en mail skriver, at noget af den pågældende kommunikationskonsulents

indsats skal foregå »under radaren«. Herved forstås medieradaren - at en del af konsulentens arbejde er research, direkte dialog med aktører osv. som ikke retter sig imod at indgå i medierne. Det er helt normalt kommunikationsarbejde, der ikke er retsstridigt.
Dermed står det også klart, at der ikke er faktuel dækning for Berlingskes rubrik og underrubrik på artiklerne. Avisen skriver:
»Ny redegørelse slår fast: [Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne. Konkurrencestyrelsen har sat navne og titler på de kommunikationsbureauer og [Ambulancevirksomhed A]-ansatte, der spillede hovedrollerne i den ulovlige smædekampagne mod konkurrenten [Ambulancevirksomhed B]...«
Dette er jf. ovenstående gennemgang misvisende.
[Advokaten], advokat
Svar fra Berlingske:
Efter at have læst advokat [Advokaten]s indlæg på vegne af [Klager] har Berlingske følgende svar på kritikpunkterne.
1) Berlingske kan ikke dokumentere, at [Klager] har bidraget til ulovligheder.
SVAR: Konkurrencestyrelsen omtaler [Ambulancevirksomhed A]s adfærd som ulovlig (side 7 i Konkurrencestyrelsens rapport), og sagen er i dag overdraget til politiet. Men styrelsens rapport forholder sig til [Ambulancevirksomhed A] og behandler ikke, hvilke personer der har ansvaret. Det er derfor misvisende, at Berlingske skriver, at [Klager] »bidrog til ulovlighederne«, fordi styrelsen ikke tager stilling til, om [Klager] begik ulovligheder. Berlingske beklager fejlen.
2) Berlingske har valgt at se bort fra centrale dele af materialet i sagen, hvor [Klager] understreger, at kampagnen skal følge reglerne.
SVAR: Det er korrekt, at [Klager] skriver, at kampagnen skal følge reglerne. Det sker pludselig og ni måneder efter (19. marts 2015), kampagnen begyndte. Da [Klager] tidligere i forløbet er stærkt aktiv i kampagnen, og muligvis pludselig fortryder den, er en anden historie, som artiklen ikke handler om.
3) Berlingske citerer en mail, hvor [Klager] skriver, at indsatsen skal foregå »under radaren«. Det er helt almindeligt i [Klager]s verden, lader advokat [Advokaten] forstå, og han mener, at Berlingske bruger formuleringen til at understøtte, at [Klager] har gjort noget ulovligt.
SVAR: Det er et svar, [Klager] sender tilbage på en mail, hvor han roser arbejdet med at finde »baggrundspapir« om [Ambulancevirksomhed B]' bestyrelsesformand, ligesom han udtrykte glæde over aktiviteterne i Facebook-gruppen (side 53 i Konkurrencestyrelsens rapport). Alt sammen noget som styrelsen kritiserer [Ambulancevirksomhed A] for.
4) Der er ikke dækning for Berlingskes overskrift: »[Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne«.
SVAR: Det afviser Berlingske. [Klager] optræder 62 gange i styrelsens rapport og på steder, der viser, at han er helt afgørende for kampagnen. Det er gang på gang ham, der godkender og nogle tilfælde opildner til, at kampagnen udviklede sig, som den gjorde.

> Eksempler på det kan læses i Konkurrencestyrelsens rapport. Det drejer sig blandt andet om, at (1) [Klager] er med til at hyre kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau A] (side 32), (2) han er med til at ansætte den selvstændige kommunikationskonsulent [Kommunikationskonsulenten] (side 35), (3) han kommer med en række konkrete forslag til, hvem kampagnen skal ramme (side 36), (4) han opfordrer til at få kampagnen hurtigt i gang (side 36), og han godkender forslag fra [Kommunikationsbureau A] om at udvikle pressehistorier om [Ambulancevirksomhed B], researche på [Ambulancevirksomhed B] i Holland, kontakte politikere i Region Syd og oprettelse af en Facebookgruppe (side 42)."

Berlingske bragte den 21. august følgende rettelse i sektion 1, side 2 i den trykte udgave af Berlingske:

> "Mandag den 12. august bragte Berlingske artiklen »[Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne«. Det fremgik af artiklen, at [Ambulancevirksomhed A]s tidligere kommunikationschef [Klager] har »bidraget til ulovligheder«. Den formulering er misvisende, eftersom [Klager] hverken er sigtet eller dømt for at have gjort noget ulovligt. Berlingske beklager fejlen."

Berlingske indsatte samme dag følgende rettelse fremhævet med kursiv i slutningen af den påklagede artikel bragt på netavisen:

> "Det fremgik af en tidligere version af artiklen, at [Klager] har »bidraget til ulovligheder«. Den formulering er misvisende, eftersom [Klager] hverken er sigtet eller dømt for at gjort noget ulovligt. Berlingske har rettet formuleringen og beklager fejlen."

I forlængelse af det af Berlingske bragte indlæg af 21. august 2019 anmodede advokat [Advokaten] den 28. august 2019 Berlingske på ny om at bringe følgende genmæle:

> "Andet genmæle
> Berlingskes omtale af [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sag
> Berlingske bragte den 9. august på nettet og igen 12. august i printavisen artikler med en række faktuelle fejl om [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sagen. Jeg krævende genmæle i medfør af medieansvarsloven, hvilket chefredaktøren gav tilsagn om at publicere sammen med en redaktionel bemærkning, hvor Berlingske ville beklage sine fejl.
> Berlingske bragte i papiravisen onsdag den 23. august genmælet – dog deklareret som et "indlæg" under opinion i mit navn; og avisen bragte i tilknytning til indlægget derudover en redaktionel kommentar. Den redaktionelle kommentar havde ikke været forelagt [Klager], sådan som de presseetiske regler ellers foreskriver det, og de indeholdt desværre yderligere faktuelle fejl. Derfor dette andet genmæle.
> *Den grundlæggende forkerte præmis i Berlingskes artikler*

Berlingske baserer sin omtale af [Klager] på Konkurrencestyrelsens rapport, der konkluderer, at [Ambulancevirksomhed A] har overtrådt konkurrenceretlige regler.
Denne rapport omtaler en række kommunikationsaktiviteter, men Konkurrencestyrelsen understreger selv udtrykkeligt i rapporten (pkt. 32), at styrelsen ikke har vurderet disse aktiviteter som værende retsstridige. Det er derfor faktuelt forkert, når Berlingske i sine artikler bibringer sine læsere det indtryk, at rapporten viser, at [Klager] har handlet i strid med gældende regler.
Nye forkerte påstande
Rubrikken "Svar fra Berlingske" indeholder fire såkaldte "svar" – herunder som det første den bebudede undskyldning, idet Berlingske erkender, at avisen ikke havde dækning for at have skrevet, at [Klager] havde medvirket til ulovligheder.
Rubrikken indeholder imidlertid yderligere 3 "svar", som ikke havde været bebudet af chefredaktøren.
Disse 3 svar indeholder yderligere faktuelt forkerte oplysninger:
"Svar Punkt 2"
Berlingske skriver i punkt nr. 2: "Det er korrekt, at [Klager] skriver, at kampagnen skal følge reglerne. Det sker pludselig og ni måneder efter (19. marts 2015), kampagnen begyndte." Dette er faktuelt forkert og i strid med bl.a. mailen fra 19. marts 2015 fra [Klager] gengivet i Konkurrencestyrelsens rapport – som det første genmæle også henviser til, og som Berlingske derfor kender.
I mailen skrev [Klager] til kommunikationsbureauet: "Som vi også lige talte om i telefonen, er det klart, at det er afgørende for os – som vi understregede, da vi skrev kontrakt med jer – at vi overholder alle gældende etiske retningslinjer i vores samarbejde. Der er et par uheldige formuleringer i nedenstående, som jeg forstår, beror på misforståelser – bare så vi i vores dialog er helt præcise om, at vi arbejder efter alle gældende regler og retningslinjer…".
Det fremgår således direkte af e-mailen, at [Klager] allerede i forbindelse med indgåelsen af kontrakten mellem [Ambulancevirksomhed A] og kommunikationsbureauet understregede, at alle regler og etiske retningslinker skulle overholdes ifbm. arbejdet. Kommunikationsbureauet har altså i kontrakten skrevet under på, at de vil overholde alle regler og retningslinjer.
[Klager]s fokus på, at de etiske retningslinjer skal overholdes, fremgår desuden af e-mail af 18. september 2014, som Berlingskes journalister også kender.
Det er derfor faktuelt forkert og vildledende, når Berlingske i sit såkaldte "svar" skriver, at [Klager]s understregning af, at reglerne skal følges, sker "pludseligt og ni måneder efter" kommunikationsindsatsen er påbegyndt.
"Svar Punkt 3"
I Berlingskes svar 3 henvises fejlagtigt til, at [Klager] "… roser arbejdet med at finde »baggrundspapir« om [Ambulancevirksomhed B]s bestyrelsesformand, ligesom han udtrykte glæde over aktiviteterne i Facebook-gruppen (side 53 i Konkurrencestyrelsens rapport)…" Dette er faktuelt forkert.
I [Klager]s svar står der: "Tak for en rigtig god opdatering… – og rigtig godt arbejde. Det er præcis det her lidt under radaren, men alligevel på pulsen, vi har brug for i den her fase! Fortsæt endelig den gode indsats – og så må vi på det kommende møde vende, hvordan vi håndterer den kommende milestone."

Mailen kvitterer for, at oplægget er godt som afsæt for videre bearbejdning bl.a. på et kommende møde. [Klager] forholder sig ikke til de enkelte elementer, hvoraf det i øvrigt heller ikke var alle, der blev benyttet i den videre aktive kommunikationsindsats.
"Svar Punkt 4"
Berlingske fastholder i "svaret" sin misvisende overskrift »[Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne«, uden der redegøres for eller er dokumentation for den påståede ulovlighed i kampagnen.
Berlingske kommer i dette svarpunkt med en række påstande om, hvad [Klager] skulle have bidraget til.
Ingen af påstandene omhandler noget ulovligt, og ingen af påstandene giver derfor grundlag for beskyldninger eller antydninger om, at [Klager] har overtrådt hverken juridiske eller etiske regelsæt.
Derimod indeholder påstandene en række faktuelle fejl. Her skal nævnes:

- Berlingske skriver om [Klager], at "han kommer med en række konkrete forslag til, hvem kampagnen skal ramme (side 36)". Det er forkert – der står intet om at ramme nogen i de mails, der refereres til.
- Berlingske skriver, at [Klager] er med til at ansætte en selvstændig kommunikationskonsulent. Det er faktuelt forkert. Som det fremgår af Konkurrencestyrelsens rapport ønskede kommunikationsbureauet at engagere yderligere en konsulent til at bistå bureauet. Dette accepterede [Ambulancevirksomhed A]. [Klager] havde ikke hverken mandat eller budgetansvar i forhold til at ansætte den nævnte konsulent – ligesom [Klager] ikke har skrevet under på nogen kontrakt om ansættelse af vedkommende. Der er derfor i sagens natur heller ikke dokumentation for, at [Klager] var med til at ansætte den pågældende – hverken i kildematerialet gengivet i Konkurrencestyrelsens rapport, eller i det materiale vedrørende sagen, som styrelsen har valgt ikke at gengive i rapporten.
- Berlingske skriver, at [Klager] godkender forslag fra konsulentbureauet om oprettelse af en Facebookgruppe. Det havde [Klager] ikke beføjelser til at gøre, og det er også faktuelt forkert. Det er der derfor heller ikke dokumentation for – ej heller på side 42 i Konkurrencestyrelsens rapport, som Berlingske henviser til.

Efter medieansvarsloven skal redaktionelle kommentarer i tilknytning til et genmæle indskrænkes til faktuelle oplysninger. Og disse skal være korrekte, hvilket desværre ikke blev opfyldt af Berlingske i forbindelse med første genmæle."

Berlingskes afviste den 25. september 2019 at bringe advokat [Advokaten]s anmodning om genmæle af 28. august 2019:

"Kære [Advokaten]
I henhold til medieansvarslovens § 38 er der strenge formkrav til et genmæle. Det skal "i alt væsentligt være begrænset til de nødvendige faktiske oplysninger". Det var ikke tilfældet med den lange skriftlige fremstilling af forskellige synspunkter og diskussioner, som Berlingske accepterede at optage. Derfor måtte Berlingske i sit svar

nødvendigvis tage bestik af dette og forholde sig til de øvrige punkter ud over det, der medførte en rettelse. Det ene fulgte af det andet.
Hvis jeg som chefredaktør forud for publiceringen af det tilsendte havde insisteret på, at det skulle overholde de strenge formkrav i medieansvarsloven, da ville jeg aldrig have accepteret, at den lange tekst blev bragt i den tilsendte udformning. Jeg kan derfor ikke sige ja til at bringe et nyt genmæle byggende på den påstand, at Berlingskes redaktionelle svar ikke overholdt de formkrav, som heller ikke jeres tekst overhold.
Når jeg afslår at bringe et nyt genmæle skyldes det også, at vi ikke kan anerkende, at Berlingske har bragt fejlagtige oplysninger i sit svar. Det er netop baggrunden for, at vi kun rettede den ene oplysning, der knytter sig til en sætning i Berlingskes oprindelige artikel.
Hvad angår de tre øvrige punkter, som nævnes i kravet om et nyt genmæle, er der følgende at sige:
Punkt 2: Som vi har skrevet i vores svar, er mailen 19. marts 2015 første gang i den omfattende korrespondance, at [Klager] skriftligt gør gældende, at lovgivning skal overholdes. At han i det svar fremhæver, at det også blev nævnt ved indgåelsen af konkrakt, ændrer ikke på, at [Klager] i perioden fra september 2014 til marts 2015 – hvor kampagnen er på sit absolut højeste niveau – ikke på noget tidspunkt fremhæver det, hvorfor Berlingske står ved, at det forekommer pludseligt og meget sent i processen.
Punkt 3: [Klager] indleder, som vi skriver, sin mail med at skrive »rigtig godt arbejde« til en mail fra [Kommunikationskonsulenten], hvor sidstnævnte blandt andet skriver, at han har arbejdet på at finde et baggrundspapir på [Ambulancevirksomhed B]s bestyrelsesmand og lykkes med at skabe aktivitet i en [Ambulancevirksomhed B]-kritisk Facebook-gruppe. Berlingske fastholder, at vendingen »rigtig godt arbejde« betyder tilfredshed med det udførte arbejde.
Punkt 4: [Klager] skriver i en mail til en medarbejde i [Kommunikationsbureau A] og kollega i [Ambulancevirksomhed A], sendt 18. september 2014, at det er vigtigt at få sat fokus på temaet »patientsikkerhed«, som skal »udover rampen«, og han foreslår et internt arbejdsdokument, som skal sikre, at man ikke kommer ud med budskaberne. Han foreslår, at man går lokalt i stedet for nationalt, og at det ikke kun handler om medier men også andre »stakeholdere«, ligesom lokale journalister og patientgrupper skal kontaktes. Berlingske finder dermed fuldt belæg for at skrive, at [Klager] foreslår, hvem kampagnen skal ramme.
Det fremgår af punkt 146 i Konkurrencestyrelsens afgørelse, at [Kommunikationsbureau A] på tidspunkt skriver, at der er mange hasteopgaver, hvorfor man foreslår at tilknytte [Kommunikationskonsulenten]. Hertil svarer [Klager]: »Det er fint med os, hvis du vurderer, han er den rette«.
Berlingske fastholder af samme grund, at [Klager] var med til at godkende ansættelsen af [Kommunikationskonsulenten].
Det fremgår af punkt 157 i Konkurrencestyrelsens afgørelse, at [Kommunikationsbureau A] i en statusmail til [Klager] oplister en række tiltag, der er iværksat og ting, der vil blive iværksat. Et af punkterne, der oplistes er, »etablering af Facebook-kampagne-side«, der senere blev kendt som «[Facebook-gruppen]«, og som styrelsen

vurderede spillede en central rolle i hele kampagnen. Til den mail skriver [Klager] "Tak for dit grundige svar og takker for den samlede afklaring". Berlingske fastholder derfor, at [Klager] godkendte oprettelsen af Facebook-gruppen.
På denne samlede baggrund må jeg derfor afslå at bringe et nyt genmæle.
Med venlig hilsen
[Chefredaktøren]
Ansvarshavende chefredaktør
Berlingske"

Efter Berlingskes afslag af 25. september 2019 på optagelse af genmælet af 28. august 2019 var advokat [Advokaten] i videre korrespondance med Berlingske om sine indsigelser mod afslaget.

Øvrige oplysninger
Pressenævnet har fra [Klager] modtaget et uddrag af Konkurrencerådets afgørelse af 30. januar 2019 om *"[Ambulancevirksomhed A]s ekskluderende misbrugsadfærd på det danske marked for ambulancetjenester"*. Af uddraget fremgår blandt andet følgende:

"1. RESUMÉ
1. Denne sag vedrører [Ambulancevirksomhed A]' ("[Ambulancevirksomhed A]") ekskluderende adfærd på det danske marked for ambulancetjenester efter tabet af ambulanceudbuddet i Region Syddanmark i perioden 25. august 2014 til oktober 2015.
2. Region Syddanmark udbød den 31. marts 2014 levering af ambulancekørsel, præhospitale støtteenheder og liggende sygetransport i Region Syddanmark ("Udbuddet"). Udbuddet var opdelt på 4 delaftaler (Fyn, Trekantsområdet, Sydvestjylland og Sønderjylland) med en varighed på 10 år og med drift pr. 1. september 2015.
3. Region Syddanmark modtog tilbud fra følgende virksomheder: [Ambulancevirksomhed A] på alle fire delaftaler ([Ambulancevirksomhed A] var hidtidig leverandør af alle de udbudte ydelser), [Ambulancevirksomhed B] ("[Ambulancevirksomhed B]") på alle fire delaftaler og Konsortiet "[Konsortiet]" ("[Ambulancevirksomhed C]") på delaftale 2 (Trekantsområdet).
4. Den 25. august 2014 offentliggjorde Region Syddanmark deres beslutning om at tildele kontrakterne på delaftale 1, 3 og 4 til [Ambulancevirksomhed B] og delaftale 2 til [Ambulancevirksomhed C]. [Ambulancevirksomhed A] tabte dermed udbuddet om ambulancetjeneste i Region Syddanmark, og [Ambulancevirksomhed B] og [Ambulancevirksomhed C] skulle herefter overtage opgaven fra [Ambulancevirksomhed A] den 1. september 2015.
5. [Ambulancevirksomhed B] var ejet af et hollandsk moderselskab og drev forud for Udbuddet ikke ambulancevirksomhed i Danmark.
6. Ca. tre måneder før [Ambulancevirksomhed B] skulle overtage ambulancetjenesten i Region Syddanmark, klagede [Ambulancevirksomhed B] den 27. maj 2015 til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen over [Ambulancevirksomhed A]s adfærd, som

efter [Ambulancevirksomhed B]s opfattelse forhindrede [Ambulancevirksomhed B] i at overtage ambulancetjenesten i Region Syddanmark.
7. For at kunne ansætte det fornødne antal ambulancereddere og dermed blive i stand til at etablere sig på markedet og opfylde kontrakterne med Region Syddanmark, var [Ambulancevirksomhed B] nødt til at rekruttere en stor del af [Ambulancevirksomhed A]s ambulancereddere i regionen. Det skyldes, at det danske marked for ambulancetjenester har en række særlige karakteristika, og at ambulancereddere er et nødvendigt og meget væsentligt input for ambulancevirksomheder, samt at ambulancerednderne er en begrænset ressource. Det tager flere år at uddanne reddere, og uddannelsen foregår hos de aktive ambulancevirksomheder, herunder primært [Ambulancevirksomhed A], ligesom der gælder særlige danske uddannelseskrav. [Ambulancevirksomhed A] havde samtidig en særlig markedsposition som den eneste landsdækkende udbyder af ambulancetjeneste.
8. [Ambulancevirksomhed A] vidste, at [Ambulancevirksomhed B] var afhængig af at rekruttere en stor del af [Ambulancevirksomhed A]s ambulancereddere i Region Syddanmark.
9. I forlængelse af at [Ambulancevirksomhed A] den 25. august 2014 tabte Udbuddet i Region Syddanmark og frem til oktober 2015, dvs. umiddelbart efter at [Ambulancevirksomhed B] overtog ambulancetjenesten i Region Syddanmark, fastlagde [Ambulancevirksomhed A] efter styrelsens vurdering en overordnet strategi om at ekskludere [Ambulancevirksomhed B] fra det danske marked for ambulancetjenester ved at skabe usikkerhed og bekymring om [Ambulancevirksomhed B] som leverandør og arbejdsplads og dermed afskærme [Ambulancevirksomhed B] fra at rekruttere ambulancereddere i Region Syddanmark. Strategien blev implementeret gennem en række ekskluderende aktiviteter.
10. [Ambulancevirksomhed A] havde med den overordnede, ekskluderende strategi til hensigt at bevare sin meget stærke markedsposition som den eneste landsdækkende udbyder af ambulancetjeneste i Danmark.
11. Den 27. juli 2016 blev [Ambulancevirksomhed B] taget under konkursbehandling, og med virkning fra 15. august 2016 hjemtog Region Syddanmark gennem deres nystiftede ambulanceselskab, [Ambulanceoperatøren], driften af ambulancetjenesten i de tre delaftaler, som [Ambulancevirksomhed B] havde vundet. [Ambulancevirksomhed A] driver gennem [Ambulancevirksomhed C] fortsat ambulancetjeneste i delaftale 2 (Trekantsområdet) efter de købte [Ambulancevirksomhed C] den 8. april 2015.
12. [Ambulancevirksomhed A] er på tidspunktet for denne afgørelse fortsat den eneste aktør, som driver ambulancetjeneste i hele Danmark, dvs. i alle fem regioner.
13. Denne sag handler om, hvorvidt [Ambulancevirksomhed A] efter tabet af Udbuddet har overtrådt forbuddet mod misbrug af dominerende stilling i konkurrencelovens § 11, stk. 1, og Traktaten om den Europæiske Unions Funktionsmåde artikel 102, ved i perioden, efter at [Ambulancevirksomhed B] og [Ambulancevirksomhed C] blev offentliggjort som vindere af Udbuddet at have fastlagt og efterfølgende implementeret en overordnet ekskluderende strategi gennem en række ekskluderende aktiviteter i forhold til [Ambulancevirksomhed B].

14. Det relevante marked i sagen er det danske marked for ambulancetjenester. Markedet er dels kendetegnet ved, at der er få aktører, og dels at regionerne er forpligtede til at sende deres ambulancetjeneste i udbud, hvis de ikke selv ønsker at drive ambulancetjenesten. Alle fem regioner har gennem de seneste knap 10 år sendt deres ambulancetjeneste i udbud. Den første store udbudsrunde blev gennemført i 2008-2009, og den seneste i 2013- 2016.
15. Det er styrelsens vurdering, at [Ambulancevirksomhed A] i perioden 2008 og frem til i hvert fald 2016 havde en dominerende stilling på det danske marked for ambulancetjenester.
16. [Ambulancevirksomhed A]s overordnede, ekskluderende strategi dokumenteres ved at sammenstykke flere forskellige forhold og dokumenter i sagen. [Ambulancevirksomhed A]s faktiske kommunikation og adfærd i forlængelse af, at Udbuddet blev tabt, understøtter også, at [Ambulancevirksomhed A] havde en overordnet, ekskluderende strategi.
17. [Ambulancevirksomhed A]s strategi om at ekskludere [Ambulancevirksomhed B] fra det danske marked for ambulancetjenester ved at skabe usikkerhed og bekymring om [Ambulancevirksomhed B] som leverandør og arbejdsplads og derved afskærme [Ambulancevirksomhed B] fra at rekruttere ambulancereddere fra [Ambulancevirksomhed A], blev implementeret gennem forskellige aktiviteter. De blev gennemført både eksternt overfor borgere, politikere og medier i Region Syddanmark, og internt overfor ambulanceredderne i Region Syddanmark.
18. Det er [Ambulancevirksomhed A]s implementering af den overordnede strategi gennem de ekskluderende aktiviteter, der er genstand for misbrugsvurderingen efter konkurrencelovens § 11, stk. 1, og TEUF art. 102 i denne sag. Det er således styrelsens vurdering, at disse aktiviteter sigtede på at ekskludere [Ambulancevirksomhed B] fra markedet, og at der var tale om midler, som ikke var "competition on the merits", og som samtidig var egnede til at begrænse konkurrencen, jf. nedenfor.
19. [Ambulancevirksomhed A]s ekskluderende aktiviteter omfattede: (i) etablering og brug af Facebook-gruppen "[Facebook-gruppen]", (ii) formidling af negative historier om [Ambulancevirksomhed B], (iii) mobilisering af ambassadører for [Ambulancevirksomhed A], (iv) brug af interne nyhedsbreve/nyhedsmails, (v) brugen af tillidsmænd m.fl. samt (vi) målrettet påvirkning af ambulanceredderne i Region Syddanmark.
20. En stor del af [Ambulancevirksomhed A]s ekskluderende aktiviteter blev udført i "armslængde" – og i visse tilfælde i "dobbelt armslængde" – fra [Ambulancevirksomhed A] gennem kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau A], ["Selvstændig kommunikationskonsulent"] og kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau B]. Ved "armslængde" forstås, at de konkrete aktiviteter ikke kunne føres tilbage til [Ambulancevirksomhed A] som den reelle initiativtager og afsender, og aktiviteterne fremstod på den måde som objektive og troværdige for redderne i [Ambulancevirksomhed A] og offentligheden.
21. En af [Ambulancevirksomhed A]s ekskluderende aktiviteter, etableringen og brugen af Facebook-gruppen "[Facebook-gruppen]", fremstod eksempelvis som uaf-

hængig af [Ambulancevirksomhed A]s ledelse, idet gruppen tilsyneladende var oprettet og drevet af [”Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen ”[Facebook-gruppen]””].
22. Facebook-gruppen blev dog oprettet af [Ambulancevirksomhed A] som led i implementeringen af [Ambulancevirksomhed A]s overordnede, ekskluderende strategi, og var også reelt drevet af [Ambulancevirksomhed A] i ”dobbelt armslængde”, dvs. via kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau A] og med [”Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen ”[Facebook-gruppen]””] som administrator af gruppen.
23. Facebook-gruppens formål var reelt at skabe usikkerhed og bekymring hos [Ambulanceredderne] om [Ambulancevirksomhed B] som arbejdsgiver og mobilisere redderne, deres familier, venner og øvrige borgere i protest over [Ambulancevirksomhed B] som fremtidig ambulanceleverandør. Målet var, at redderne ville afholde sig fra at søge over til [Ambulancevirksomhed B].
24. På opdrag fra [Ambulancevirksomhed A] fulgte kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau A] med i aktiviteterne i gruppen og kom på daglig basis med forslag til nyheder, som [”Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen ”[Facebook-gruppen]””] kunne lægge op i gruppen. 25. [Ambulancevirksomhed A] var desuden i besiddelse af log-in og adgangskode til [”Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen ”[Facebook-gruppen]””]’s profil på Facebook. [Ambulancevirksomhed A] havde dermed direkte adgang til gruppen og kunne både at lægge opslag op, godkende eller afvise opslag samt fjerne opslag og kommentarer til opslag i gruppen.
26. En anden af [Ambulancevirksomhed A]s ekskluderende aktiviteter bestod i, at [Ambulancevirksomhed A], samtidig med etableringen og brugen af Facebook-gruppen, løbende formidlede negative historier til pressen. Det primære formål med denne aktivitet var også at skabe bekymring og usikkerhed om [Ambulancevirksomhed B], ved at fremstille [Ambulancevirksomhed B] som en usikker ambulanceleverandør og arbejdsgiver, så [Ambulancevirksomhed B] blev afskærmet fra at rekruttere ambulancereddere fra [Ambulancevirksomhed A].
27. [Ambulancevirksomhed A]s formidling af negative historier til pressen foregik også i ”armslængde” fra [Ambulancevirksomhed A], ved at de negative historier blev pitchet af [Kommunikationsbureau A]. I visse tilfælde blev de negative historier ikke alene formidlet, så hverken medier eller modtageren af historien kunne se, at afsenderen var [Ambulancevirksomhed A]. På den måde fremstod historierne som objektive og troværdige, uden at de kunne føres tilbage til [Ambulancevirksomhed A] som den reelle initiativtager og afsender.
28. De negative historier i pressen blev også videreformidlet af [Ambulancevirksomhed A] i både Facebook-gruppen og i interne nyhedsbreve og nyhedsmails til [Ambulancevirksomhed A]s ambulancereddere i Region Syddanmark.
29. Samtlige af [Ambulancevirksomhed A]s ekskluderende aktiviteter var tidsmæssigt sammenhængende og supplerede og forstærkede hinanden i hensigten om at nå det samme mål om at ekskludere [Ambulancevirksomhed B] fra det danske marked for ambulancetjenester ved at afskærme [Ambulancevirksomhed B] fra at rekruttere ambulancereddere fra [Ambulancevirksomhed A].

30. Som en del af den overordnede, ekskluderende strategi foretog [Ambulancevirksomhed A] en række understøttende aktiviteter, som er en del af den kontekst, som [Ambulancevirksomhed A]s ulovlige aktiviteter skal ses i.
31. De understøttende aktiviteter bestod i, (i) at [Ambulancevirksomhed A] efter at have tabt Udbuddet vedtog en kommunikationsstrategi, som blev fastlagt og udmøntet i en såkaldt "Masterplan" og implementeret af [Ambulancevirksomhed A], (ii) at [Ambulancevirksomhed A] klagede til Klagenævnet for Udbud over Region Syddanmarks beslutning om at tildele ambulancekontrakterne til bl.a. [Ambulancevirksomhed B], samt (iii) at [Ambulancevirksomhed A] meddelte [Ambulancerederne], at der efter tabet af Udbuddet ikke ville ske afskedigelser, samt tilbød andre stillinger.
32. Disse understøttende aktiviteter er ikke genstand for misbrugsvurderingen i denne sag. Aktiviteterne er efter styrelsens vurdering imidlertid en del af den kontekst, som [Ambulancevirksomhed A]s ulovlige adfærd skal ses i. De understøttende aktiviteter inddrages således med henblik på at vise hele billedet af [Ambulancevirksomhed A]s adfærd i forhold til [Ambulancevirksomhed B] og beskrive den samlede kontekst, hvori [Ambulancevirksomhed A]s ekskluderende strategi og ekskluderende aktiviteter udspillede sig.
33. Det skal understreges, at virksomheder selv sagt lovligt kan konkurrere om bl.a. at tiltrække og fastholde medarbejdere med henblik på at styrke deres egen forretning og placering i markedet. Ligeledes kan virksomheder lovligt indgå aftale med et PR-bureau og fastlægge en kommunikationsstrategi fx med henblik på at vinde kunder i markedet. Det gælder også for dominerende virksomheder.
34. Når en virksomheder er dominerende på et marked, er den imidlertid samtidig underlagt en særlig forpligtelse til ikke at skade en effektiv og ufordrejet konkurrence ved sin adfærd.
35. En adfærd, der ville være lovlig, hvis den blev udvist af en ikke-dominerende virksomhed, kan således være ulovlig efter konkurrencelovens § 11, stk. 1, og TEUF art. 102, hvis der er tale om en dominerende virksomhed.
36. Omfanget af en dominerende virksomheds særlige forpligtelse afhænger af de konkrete omstændigheder. Styrelsen har i vurderingen af, hvorvidt [Ambulancevirksomhed A] har misbrugt sin dominerende stilling, lagt vægt på, at [Ambulancevirksomhed A] havde en dominerende stilling på markedet og på markedets særlige karakteristika, herunder at ambulancereddere er et nødvendigt og meget væsentligt input for ambulancevirksomheder, og at ambulancereddere er en begrænset ressource.
37. Styrelsen vurderer, at [Ambulancevirksomhed A]s ekskluderende aktiviteter samlet udgjorde en overtrædelse af konkurrencelovens § 11, stk. 1, og TEUF artikel 102, idet adfærden ikke udgjorde "competition on the merits" og samtidig var egnet til at begrænse konkurrencen på det danske marked for ambulancetjenester.
38. Ved "competition on the merits" forstås, at en dominerende virksomhed som udgangspunkt lovligt kan konkurrere på fx pris, kvalitet, markedsføring, produktudbud, innovation eller lignende. Det er således ikke enhver eliminering af en konkurrent, som skader den frie konkurrence. Konkurrence på ydelser kan pr. definition føre til, at mindre effektive konkurrenter forsvinder fra markedet eller marginaliseres, fordi de fx ikke er i stand til at konkurrere effektivt på pris, og således er mindre interessante for forbrugerne. Hvis en dominerende virksomhed imidlertid anvender

metoder, der adskiller sig fra normal konkurrence på ydelser, vil det være til skade for konkurrencen på markedet og dermed i sidste ende til skade for forbrugerne. Sådanne metoder vil som udgangspunkt ikke udgøre "competition on the merits". Hvorvidt en given adfærd udgør "competiton on the merits" vil altid bero på en konkret vurdering. I denne vurdering kan fx inddrages markedets karakteristika og den dominerede virksomheds stilling.

39. Det er styrelsens vurdering, at [Ambulancevirksomhed A]s fastlæggelse og efterfølgende implementering af en overordnet, ekskluderende strategi gennem en række ekskluderende aktiviteter kunne påvirke samhandlen mellem medlemsstater mærkbart, hvorfor denne sag behandles efter både konkurrenceloven og TEUF.

40. Det er endelig styrelsens vurdering, at [Ambulancevirksomhed A] ikke har godtgjort, at der forelå en objektiv begrundelse for [Ambulancevirksomhed A]s samlede misbrugsadfærd, eller at adfærden medførte tilstrækkelige effektivitetsfordele for forbrugerne, som kunne opveje adfærdens konkurrencebegrænsende virkninger.

41. Det er på den baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens samlede vurdering, at [Ambulancevirksomhed A] har misbrugt sin dominerende stilling på det danske marked for ambulancetjenester ved at have fastlagt og efterfølgende implementeret en overordnet, ekskluderende strategi gennem en række ekskluderende aktiviteter, som ikke er udtryk for almindelig konkurrence på ydelser (dvs. "competition on the merits"), og som er egnede til at begrænse konkurrencen. Aktiviteterne sigtede på at skabe usikkerhed og bekymring om [Ambulancevirksomhed B] som leverandør og arbejdsplads og afskærme [Ambulancevirksomhed B] fra at rekruttere ambulancereddere i Region Syddanmark. Implementeringen af den overordnede, ekskluderende strategi gennem en række ekskluderende aktiviteter udgør en samlet og kontinuerlig overtrædelse af konkurrencelovens § 11, stk. 1, og TEUF artikel 102.

2. AFGØRELSE

42. Konkurrencerådet træffer følgende afgørelse:

43. Det meddeles [Ambulancevirksomhed A] ("[Ambulancevirksomhed A]"), at [Ambulancevirksomhed A] gennem en samlet og kontinuerlig overtrædelse har overtrådt forbuddet mod misbrug af dominerende stilling i konkurrencelovens § 11, stk. 1, og TEUF artikel 102 ved i perioden efter den 25. august 2014 og frem til oktober 2015:

- at have fastlagt og efterfølgende implementeret en strategi om at ekskludere [Ambulancevirksomhed B] ("[Ambulancevirksomhed B]") fra det danske marked for ambulancetjenester gennem en række aktiviteter, som ikke er udtryk for almindelig konkurrence på ydelser (dvs. "competition on the merits"), og som er egnede til at begrænse konkurrencen. Aktiviteterne sigtede på at skabe usikkerhed og bekymring om [Ambulancevirksomhed B] som leverandør og arbejdsplads og afskærme [Ambulancevirksomhed B] fra at rekruttere ambulancereddere i Region Syddanmark.

44. I medfør af konkurrencelovens § 11, stk. 4, 1. pkt., jf. § 16, og TEUF artikel 102, jf. konkurrencelovens § 16, stk. 1, jf. § 24, påbyder Konkurrencerådet [Ambulancevirksomhed A]:

- straks at bringe den i punkt 43 nævnte overtrædelse til ophør, såfremt dette ikke allerede er sket,

• fremover at afstå fra adfærd, som har samme eller tilsvarende formål eller følge, som beskrevet i punkt 43,
• at informere Region Syddanmark og [Ambulancevirksomhed A]s medarbejdere om indholdet af Konkurrencerådets afgørelse, og
• senest 3 uger fra Konkurrencerådets afgørelse at indsende dokumentation til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen for, at [Ambulancevirksomhed A] har informeret om Konkurrencerådets afgørelse, jf. punkt 44, 3. punkttegn.
[...]
2. Hvordan holder vi gryden i kog – hvad er i gang?
• På Facebook – det kører stort set af sig selv. Vi leverer dagligt idéer ind til [”Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen ”[Facebook-gruppen]””], men det kører fornuftigt, og gruppens medlemmer selv særdeles aktive.
• I medierne (Fyens kører fornuftigt og der er god dialog, men vi har meget svært ved at få JV med.
• En indsats er tilrettelagt med [”Regionsrådsmedlem A”] ifm. Regionsrådsmødet den 23. marts, hvor ”almindelige” reddere vil stille personlige spørgsmål, som vi har forberedt. Spørgsmålene er personlige og meget lidt politiske og matcher fint den tone, Odense-redderne allerede har anlagt. [Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen ”[Facebook-gruppen]”] klæder dem på. [...]
• I betragtning af, hvor god relation der er til Fyens (hvor journalisterne vitterligt tror, at [Ambulancevirksomhed A] har givet op, og slet ikke forbinder [”Indehaver af [Kommunikationsbureau B]”] med [Ambulancevirksomhed A]) har vi efter aftale med [”Kommunikationschef D”] leveret baggrund ind om [[bestyrelsesformand i [Ambulancevirksomhed B]]]. Vi ved ikke om de bringer det, men det er ikke umuligt, hvis de kører ny kampagne. [...]
[...]
179. [Ambulancevirksomhed A] [[”Kommunikationschef E”]] påpeger senere samme dag overfor [Kommunikationsbureau A] [[medarbejder i [Kommunikationsbureau A]]], at statusmailen indeholder nogle uheldige formuleringer, som må bero på misforståelser:
”[...] Som vi også lige talte om i telefonen, er det klart, at det er afgørende for os – som vi understregede, da vi skrev kontrakt med jer – at vi overholder alle gældende etiske retningslinjer i vores samarbejde. Der er et par uheldige formuleringer i nedenstående, som jeg forstår, beror på misforståelser – bare så vi i vores dialog er helt præcise om, at vi arbejder efter alle gældende regler og retningslinjer. Hvis I vil bekræfte det. [...]”
180. [Kommunikationsbureau A] [[medarbejder i [Kommunikationsbureau A]]] bekræfter samme dag dette i en mail til [Ambulancevirksomhed A] [[”Kommunikationschef E”], [”Kommunikationschef F”] og [”Kommunikationschef D”]] og [Kommunikationsbureau B] [[”Indehaver [Kommunikationsbureau B]”]:
”Hej [”Kommunikationschef E”] – og alle andre
Ja, som vi talte om i telefonen var der tale om misforståelser og at jeg i den fremsendte statusmail blot har skrevet derudaf i en klar forventning om, at vi alle er helt klar over, at ingen af os opererer andet end indenfor alle gældende regler og retningslinjer. Hverken I eller vi kan leve med, at der bliver draget tvivl om det.

Jeg skal nok bestræbe mig på at skrive mere præcist fremadrettet, så det – hvis det måtte læses af tredjemand – ikke giver anledning til fejlfortolkninger.
Det er en god pointe, og jeg beklager, at jeg ikke har haft den tilstrækkeligt present på nethinden. […]"
[Ambulancevirksomhed A]s målrettede indsats om at starte en diskussion om Plan B
181. Som det fremgår ovenfor indgår iværksættelse af Plan B i [Ambulancevirksomhed A]s kommunikationsstrategi. I forlængelse heraf fremgår det af sagens materiale, at [Ambulancevirksomhed A] og Region Syddanmark og regionens advokat (Kammeradvokaten) den 28. august 2015 afholder et møde, fordi Region Syddanmark - som følge af [Ambulancevirksomhed B]' vanskeligheder - var nødt til at afsøge alternative muligheder for at få udført ambulancetjenesten i regionen. Det blev på dette møde drøftet, om og under hvilke omstændigheder [Ambulancevirksomhed A] eventuelt ville kunne overtage ambulancetjenesten i [Virksomhed B]' tre delaftaler i regionen.
182. For så vidt angår vilkårene for [Ambulancevirksomhed A]s tilbud fremgår det af Kammeradvokatens interne noter af 3. september 2015 fra mødet med [Ambulancevirksomhed A] den 28. august 2015, at:
– "[…] Han [[[Ambulancevirksomhed A]s daværende CEO]] bekræftede, at det var "alt eller intet". I løbet af drøftelserne slækkede han dog på kravet, således at [Ambulancevirksomhed C]-kontrakten kunne fortsætte uændret, og således at [Ambulancevirksomhed A] også vil kunne overtage kun ét eller to delområder, hvis det ville være for en 9-18 måneders periode, og hvis der vil komme et nyt udbud.
– [[Ambulancevirksomhed A]s daværende CEO] afviste dog flere gange at kunne levere mindre end et delområde, f.eks. 5-8 beredskaber. [[Ambulancevirksomhed A]s daværende CEO] spurgte i den forbindelse, om regionen ønskede [Ambulancevirksomhed A] skulle være underleverandør til [Ambulancevirksomhed B], hvilket [[Ambulancevirksomhed A]s daværende CEO] tydeligvis ikke var interesseret i. Men heller ikke da det blev gjort klart, at det i givet fald vil være en aftale mellem [Ambulancevirksomhed A] og regionen direkte omkring de 5-8 beredskaber, ændrede [[Ambulancevirksomhed A]s daværende CEO] mening."
Betaling
– [[Ambulancevirksomhed A]s daværende CEO] foreslog en videreførelse af betalingen under den nuværende kontrakt, på den måde at den fremadrettede årlige betaling skulle svare til den årlige betaling de seneste 12 måneder, fratrukket betalingen til [Ambulancevirksomhed C] ifølge [Ambulancevirksomhed C]'s nye kontrakt med Regionen. […]"
[styrelsens tilføjelse i kantet parentes]
[…]
3.4.2 [Ambulancevirksomhed A]s ekskluderende aktiviteter
205. På baggrund af [Ambulancevirksomhed A]s overordnede, ekskluderende strategi implementerede [Ambulancevirksomhed A] en række konkrete ekskluderende aktiviteter.
206. En stor del af [Ambulancevirksomhed A]s aktiviteter udspringer af Aftalen og udføres "i armslængde" fra [Ambulancevirksomhed A] gennem kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau A], kommunikationskonsulenten ["Selvstændig

kommunikstionskonsulent"] og kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau B]. Det vil sige, at de konkrete aktiviteter ikke skal kunne føres tilbage til [Ambulancevirksomhed A] som den reelle initiativtager og afsender.
[...]
209. I det følgende gennemgås [Ambulancevirksomhed A]s ekskluderende aktiviteter, herunder Facebook-gruppen "[Facebook-gruppen]" (afsnit 3.4.2.1), formidling af negative historier om [Ambulancevirksomhed B] til pressen/offentligheden (3.4.2.2) og mobilisering af ambassadører (3.4.2.3), brug af interne nyhedsbreve og nyhedsmails (3.4.2.4), brug af bl.a. stationsledere og tillidsmænd (3.4.2.5) og målrettet påvirkning af bestemte Ambulancereddere i Syd (3.4.2.6).
3.4.2.1 Etablering og brug af Facebook-gruppen "[Facebook-gruppen]"
210. Den 2. oktober 2014 konkretiseres [Ambulancevirksomhed A]s kommunikationsindsats på de sociale medier i en mail fra [Kommunikationsbureau A] [[medarbejder i [Kommunikationsbureau A]]] til [Ambulancevirksomhed A] [["Direktør"] og ["Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen "[Facebook-gruppen]""]] og c.c. til [Kommunikationsbureau A] [[medarbejder i [Kommunikationsbureau A]]] og [Kommunikationsbureau B] [["Indehaver af [Kommunikationsbureau B]"]] med vedhæftningen "Køreplan for Facebook.docx" ("Køreplanen"). Af mailen fremgår det, at [Ambulancevirksomhed A]s direktion har godkendt igangsætningen af en Facebook-kampagne: "Så fik vi ok fra direktionen i forhold til Facebook. Jeg har lavet vedhæftede køreplan, som vi sætter i gang snarest."
211. Af Køreplanen fremgår det, at Facebook-gruppens primære formål er at mobilisere [Ambulancevirksomhed A]s Ambulancereddere i Syd:
"Køreplan for Facebook-gruppen [Facebook-gruppen]" Formålet er først og fremmest mobilisering af redderne. Der skal skabes en sober og underbygget bekymring på baggrund af fakta. Det handler ikke om at skabe frygt og bæven. I første omgang er hovedmålet redderne i Syd, men det skal udvides med Sjælland og Hovedstaden – fordi der også er udbud der – samt Midt (hvor der er issues med [Ambulancevirksomhed C]).
Principperne for gruppen er:
• Indholdet skal være sagligt og faktuelt underbygget
• Tonen skal være skarp og sober (man skal kunne se fjenden for sig), men ikke skinger (så mister vi troværdighed)
• Debatten skal styres, så hvis det bliver grimt, skal der sættes ind og evt. slettes
• Aktivitet er vigtig: Daglige likes og links samt løbende opdateringer."
212. Det fremgår endvidere af Køreplanen, at ["Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen "[Facebook-gruppen]""] skal oprette Facebook-gruppen og stå for dagligt at lægge nyheder op i gruppen. Det fremgår også, at [Kommunikationsbureau A] (på afstand) følger med i gruppens aktivitet og på daglig basis kommer med forslag til nyheder, som ["Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen "[Facebook-gruppen]""] kan lægge op i gruppen:
"Praktik – hvordan køres gruppen"
• [Kommunikationsbureau A] følger løbende med i mediedebatten og finder links og laver opdateringer, som sendes til ["Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen "[Facebook-gruppen]""]

> • [”Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen ”[Facebook-gruppen]””] gennemgår dagligt gruppen, gennemskriver forslagene og lægger dem op
> • [Kommunikationsbureau A] følger dagligt gruppen og kommer med input til [”Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen ”[Facebook-gruppen]””]
> • Aktivering af venner: [”Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen ”[Facebook-gruppen]””] kan fx opfordre til at lægges hverdagsbilleder op af redderne, som samtidig kan fortælle om, hvad de kan være bekymret for i deres hverdag”
> 213. Det fremgår ligeledes af Køreplanen, at [Kommunikationsbureau A] har lagt en plan for, hvordan Facebook-gruppen skal eksponeres blandt [Ambulancevirksomhed A]s ambulancereddere. For eksempel skal fællestillidsmændene i Region Syddanmark blandt [Ambulancereddere] gøre opmærksom på Facebookgruppen og opfordre [Ambulancereddere] til at tilmelde sig gruppen:
> […]”

[Klager]s klage er modtaget i Pressenævnet den 3. oktober 2019.

2 Parternes synspunkter

2.1 [Klager]s synspunkter

[Klager] har indledningsvis oplyst, at artiklen omhandler den såkaldte ”[Ambulancevirksomhed A]-sag”, hvor virksomheden [Ambulancevirksomhed A] er blevet beskyldt for at have handlet retsstridigt over for den konkurrerende ambulancevirksomhed [Ambulancevirksomhed B] i 2014 til 2015, efter [Ambulancevirksomhed B] vandt udbuddet af ambulancekørsel i Region Syd.

[Klager] var i perioden fra den 1. september 2014 til den 31. januar 2016 først ansat i [Ambulancevirksomhed A] som direktør for borgervendte ydelser og efterfølgende som chef med ansvar for en række af [Ambulancevirksomhed A]s kunderelationer uden for Danmark. [Klager] blev ad hoc inddraget af [Ambulancevirksomhed A]s koncernledelse i sagen på grund af [Klager]s erfaring som kommunikations- og presserådgiver fra andre virksomheder/organisationer. Der var således ikke tale om en stilling i [Ambulancevirksomhed A]s direktion.

Baggrunden for artiklen var, at Konkurrencerådet den 30. januar 2019 traf afgørelse om, at [Ambulancevirksomhed A] havde misbrugt sin dominerende stilling på markedet og dermed havde overtrådt konkurrenceloven. Konkurrencerådet havde først offentliggjort en version uden titler på de relevante personer. Konkurrencerådet offentliggjorde den 7. august 2019 en opdateret version med generiske titler på en række personer i afgørelsen. Disse titler var dog ikke mere generiske end, at Berlingske mente at kunne identificere, at Konkurrencerådet havde givet [Klager] titlen som ”[Kommunikationschef E]”, som Berlingske har lagt til grund for sin journalistiske dækning.

[Klager] har bemærket, at Konkurrencerådets afgørelse er indbragt for Konkurrenceankenævnet.

2.1.1 Genmæle
2.1.1.1 Mangelfuld opfyldelse af anmodning om genmæle af 15. august 2019
[Klager] har anført, at Berlingske har bragt den ønskede genmæletekst af 15. august 2019, men undlod at (i) betegne teksten som genmæle i medfør af medieansvarslovens § 36, og (ii) undlod udelukkende at bringe faktiske oplysninger i tilknytning hertil, hvilket er i strid med medieansvarslovens § 39, stk. 2. Berlingske har således valgt at bringe en tillempet form for genmæle.

[Klager] har endvidere anført, at Berlingske ved optagelsen af genmæleteksten har erkendt, at [Klager] havde krav på genmæle (skadelige oplysninger), men har ikke opfyldt lovens krav til et sådant, hvilket netop er klagepunktet. Genmæleteksten blev bragt som et indlæg, hvor Berlingske knyttede en række svar/bemærkninger hertil, der indeholder meninger/vurderinger, som er i strid med medieansvarslovens § 39, stk. 2. Når et medie bringer et genmæle, er chefredaktøren netop juridisk forpligtet til at indskrænke redaktionelle bemærkninger i tilknytning hertil, hvilket Berlingske ikke har levet op til.

Medieansvarslovens system er som bekendt dette, at en forurettet kan rejse krav om genmæle, jf. § 36. Pligten til at offentliggøre genmælet påhviler redaktøren, jf. § 37, og indholdet af genmælet kan af massemediet kræves udformet af den, der har anmodet herom, jf. § 38, stk. 2, i overensstemmelse med indholdskravene i § 36, stk. 1.

Berlingske har i svaret til Pressenævnet anført, at genmæleteksten ikke var i overensstemmelse med medieansvarsloven. [Klager] har bestridt dette, og såfremt Berlingske mente at kunne stille krav til ændringer af indholdet, måtte det være fremført på daværende tidspunkt, hvilket ikke skete. En sådan indsigelse, der i øvrigt ikke er berettiget, kan ikke først fremføres under denne efterfølgende pressenævnssag. Berlingske har således accepteret teksten, men har ikke opfyldt medieansvarslovens krav.

Berlingske har endvidere i svaret til Pressenævnet sammenblandet begreberne "berigtigelse" og "genmæle". Berlingske skal således ikke "være enig i rigtigheden af et genmæle". Hvis massemediet er enig i indholdet, er der tale om berigtigelse, som mediet efter de presseetiske regler er forpligtet til at bringe på eget initiativ, jf. punkt A.7. Adgang til genmæle over for potentielt skadelige oplysninger, kræver derimod kun, at mediet ikke kan dokumentere, at dets oplysninger var "utvivlsomt rigtige", hvilket er noget ganske andet, end at mediet skal være enig i rigtigheden.

Det spørgsmål, som Pressenævnet skal forholde sig til, er således ikke, om [Klager] havde krav på offentliggørelse af den indsendte tekst, hvilket jo ikke var kritiseret af Berlingske og derfor ikke kan bringes til drøftelse nu. Spørgsmål er udelukkende, om den skete offentliggørelse – uden betegnelsen genmæle, med forkerte faktiske oplysninger i "svarene" og med de heri indeholdte vurderinger – opfylder medieansvarslovens § 39, stk. 2. Da dette ikke er tilfældet, skal der udtrykkes kritik af Berlingske for overtrædelse af de presseetiske regler.

[Klager] har henvist til følgende tre oplysninger, som han den 15. august 2019 har anmodet Berlingske om genmæle over for:

2.1.1.1.1 Ulovlige handlinger

[Klager] har anført, at Berlingske i den påklagede artikel har forbundet ham til påståede ulovlige forhold, således at en typisk læser uden forkundskab til sagen må få det indtryk, at [Klager] har foretaget ulovlige handlinger. [Klager] har henvist til artiklens underrubrik:

> "Konkurrencestyrelsen har sat navne og titler på de kommunikationsbureauer og [Ambulancevirksomhed A]-ansatte, der spillede hovedrollerne i den ulovlige smædekampagne mod konkurrenten [Ambulancevirksomhed B]. Det står nu helt klart, at [Klager], i dag direktør i [Virksomheden], spillede en helt central rolle, og at den daværende [Ambulancevirksomhed A]-ledelse var fuldt informeret om aktiviteterne."

[Klager] har endvidere henvist til følgende afsnit i artiklen:

> "Det står nu helt klart, at [Klager], i dag direktør i [Virksomheden], spillede en helt central rolle, og at den daværende [Ambulancevirksomhed A]-ledelse var fuldt informeret om aktiviteterne.
> […]
> Konkurrencestyrelsen har i sin afgørelse kritiseret, at [Ambulancevirksomhed A]s kampagne blev udført »i armslængde«, hvormed der menes, at [Ambulancevirksomhed A] ikke skulle kunne identificeres som initiativtager til de forskellige aktiviteter. Også den del af ulovlighederne bidrog [Klager] til."

[Klager] har oplyst, at det er helt afgørende at forstå, at Konkurrencerådet har fundet [Ambulancevirksomhed A]s strategi som værende i strid med konkurrenceloven, men udtrykkeligt har nævnt i sin afgørelse, punkt 32, at kommunikationskampagnen, der har været benyttet af [Ambulancevirksomhed A], ikke er vurderet som ulovlig.

[Klager] har således bestridt, at der er grundlag for Berlingskes beskyldninger om ulovlig adfærd mod ham.

[Klager] har endvidere anført, at overskriften og underrubrikken til den påklagede artikel indeholder en overordnet beskyldning om medvirken til ulovlig adfærd:

> "Ny redegørelse slår fast: [Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"
> […]
> "[…] Det står nu helt klart, at [Klager], i dag direktør i [Virksomheden], spillede en helt central rolle, og at den daværende [Ambulancevirksomhed A]-ledelse var fuldt informeret om aktiviteterne."

Overskriften og underrubrikken indeholder i form af (1) en beskyldning direkte mod [Klager] om at have en "central rolle" i ulovlig adfærd i [Ambulancevirksomhed A], og (2) at beskyldningen har faktuelt grundlag i Konkurrencerådets afgørelse.

[Klager] har bestridt, at det, som Berlingske har anført i svaret til Pressenævnet, er "fuldstændig efter bogen" at anvende overskriften *"[Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"*. For det første har [Klager] ikke handlet i sin egenskab af at være [Virksomhed]sdirektør. Inddragelsen heraf er alene en ondskabsfuldhed med det formål at intimidere [Klager] ved at inddrage hans senere arbejdsgiver og søge at skabe en ny historie selv i håb om at fremprovokere en fyring eller anden reaktion fra hans arbejdsgiver. For det andet var "kampagnen", som [Klager] var involveret i (modsat strategien), netop ikke ulovlig. Oplysningen "[Virksomhed]sdirektør" bliver ikke korrekt af, at [Virksomheden] er delvis offentligt ejet, som anført af Berlingske.

Berlingske har i svaret til Pressenævnet forsøgt sig med en "kommunikations-stråmand". [Klager] har afvist at have haft en central rolle i ulovligheder. Til det har Berlingske manipulerende svaret, at [Klager] har bestridt at have haft en "central rolle" i en del af sagen (den der omhandler den rene kommunikationsdel uden omtale af ulovlighed). Derpå har Berlingske skudt deres egen manipulerende påstand ned. Det er uacceptabelt og en usaglig argumentation. [Klager] har ikke bestridt at have haft en rolle i kommunikationskampagnen og naturligvis heller ikke, at Berlingske må omtale denne rolle. Det må bare ikke ske på en måde, der efterlader den typiske læser med det fejlagtige indtryk, at [Klager] deltog i ulovlige aktiviteter.

Sammenfattende har Konkurrencerådet i afgørelsen ikke tillagt [Klager] noget personligt ansvar eller medvirken i ulovlige forhold ([Ambulancevirksomhed A]s ulovlige strategi modsat den ikke-ulovlige kommunikationskampagne). Problemstillingen skærpes betydeligt af, at Berlingske har valgt at undertrykke oplysningen om, at Konkurrencerådet netop har fastslået ex tuto, at Konkurrencerådet ikke har udtalt, at kommunikationskampagnen var ulovlig.

Berlingskes svar til Pressenævnet har efterladt det indtryk, at Berlingske ikke anerkender – eller i hvert fald ikke har lyst til at anerkende – sondringen imellem [Ambulancevirksomhed A]s *forretningsstrategi* (som Konkurrencerådet vurderede som værende retsstridig) og det, som Konkurrencerådet betegner som [Ambulancevirksomhed A]s *understøttende aktiviteter*, herunder kommunikationsstrategien, jf. Konkurrencerådet afgørelse, punkt 30 til 33. Det er alene kommunikationsstrategien, som [Klager] har været involveret i.

Berlingske forekommer gennemgående fikseret på, at også kommunikationsstrategien er retsstridig. Berlingske har henvist til, at kommunikationskampagnen er "en del af den samlede ekskluderende strategi" og en del af "den kontekst, som [Ambulancevirksomhed A]s ulovlige adfærd skal ses i". Derfor mener Berlingske at kunne konkludere, at det er "rimeligt at inddrage kommunikationskampagnen på den måde, det er sket". Denne vinkling af Berlingskes svar er ulogisk og forekommer også i strid med, at Berlingske – nu – erkender ikke at have grundlag for beskyldninger imod [Klager] om ulovligheder. Berlingskes svar efterlader det indtryk, at avisens ræsonnement er, at [Ambulancevirksomhed A] har handlet retsstridigt også ved sin kommunikationskampagne, men at [Klager] ikke personligt herved har foretaget noget ulovligt.

Det er ikke korrekt, at Konkurrencerådet har vurderet, at kommunikationskampagnen var ulovlig; hverken for [Ambulancevirksomhed A], for [Klager] eller for andre. Det er i den forbindelse i øvrigt irrelevant at/om [Ambulancevirksomhed A] (pressestrategisk) har valgt ikke at reagere over for Berlingske, som oplyst i svaret til Pressenævnet.

Det er derimod afgørende, at Berlingskes tænkning/vinkling her er objektivt forkert. Spørgsmål om, hvorvidt der er begået noget retsstridigt, er absolutte – enten ja eller nej – og beror ikke på et skøn. Det er derfor også en fiktion at hævde, at kommunikationskampagnen var ulovlig for [Ambulancevirksomhed A], men ikke for de involverede personer, ligesom det i øvrigt ikke er forståeligt for læserne, hvis opfattelse er afgørende for Pressenævnets juridiske vurdering.

2.1.1.1.2 Kommunikation i "armslængde"
[Klager] har anført, at præmissen om, at kommunikation i "armslængde" skulle være ulovlig, er ukorrekt. [Klager] har henvist til følgende afsnit fra den påklagede artikel:

> "Konkurrencestyrelsen har i sin afgørelse kritiseret, at [Ambulancevirksomhed A]s kampagne blev udført »i armslængde«, hvormed der menes, at [Ambulancevirksomhed A] ikke skulle kunne identificeres som initiativtager til de forskellige aktiviteter. Også den del af ulovlighederne bidrog [Klager] til."

Kommunikation i armslængde kan forstås på to måder: (1) som faglig armslængde, hvor for eksempel en revisor udarbejder en analyse, som, selvom den er betalt af en opdragsgiver, alligevel har sin egen faglige uafhængighed og armslængde, eller (2) som armslængde i strid med kommunikationsbranchens etiske regler, hvor opdragsgiveren er skjult.

Det er helt almindeligt – og afgørende for mediernes mulighed for at indsamle oplysninger – at medierne modtager informationer fra både kendte og anonyme kilder, der har en egeninteresse i det påklagede emne. Det er herefter medierne, der afgør, om de kan/vil benytte informationerne. Så længe der er tale om faktuel korrekt information, er det ikke retsstridigt at videregive oplysninger til medierne.

Konkurrencerådet har derfor også i resumeet af sagen skrevet følgende:

> "31. De understøttende aktiviteter bestod i, (i) at [Ambulancevirksomhed A] efter at have tabt Udbuddet vedtog en kommunikationsstrategi, som blev fastlagt og udmøntet i en såkaldt "Masterplan" og implementeret af [Ambulancevirksomhed A], (ii) at [Ambulancevirksomhed A] klagede til Klagenævnet for Udbud over Region Syddanmarks beslutning om at tildele ambulancekontrakterne til bl.a. [Ambulancevirksomhed B], samt (iii) at [Ambulancevirksomhed A] meddelte [Ambulanceredderne], at der efter tabet af Udbuddet ikke ville ske afskedigelser, samt tilbød andre stillinger.
> 32. Disse understøttende aktiviteter er ikke genstand for misbrugsvurderingen i denne sag.

> 33. Det skal understreges, at virksomheder selv sagt lovligt kan konkurrere om bl.a. at tiltrække og fastholde medarbejdere med henblik på at styrke deres egen forretning og placering i markedet. Ligeledes kan virksomheder lovligt indgå aftale med et PR-bureau og fastlægge en kommunikationsstrategi fx med henblik på at vinde kunder i markedet. Det gælder også for dominerende virksomheder."

Berlingske har valgt at se bort fra det centrale, nemlig at [Klager] udtrykkeligt har indskærpet, at alle regler skulle overholdes.

Da Berlingskes journalister har læst Konkurrencerådets afgørelse, er de også klar over, at der indgår en mail fra [Klager] til kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau A], hvor [Klager] eksplicit har understreget, at bureauet skal overholde alle kommunikationsbranchens etiske regler i sagen:

> "Som vi også lige talte om i telefonen, er det klart, at det er afgørende for os – som vi understregede, da vi skrev kontrakt med jer – at vi overholder alle gældende etiske retningslinjer i vores samarbejde. Der er et par uheldige formuleringer i nedenstående, som jeg forstår, beror på misforståelser – bare så vi i vores dialog er helt præcise om, at vi arbejder efter alle gældende regler og retningslinjer. Hvis I vil bekræfte det."

Det er derfor faktuelt forkert, når det af Berlingskes artikel fremstår som om, at [Klager] ville bifalde, at kommunikationsindsatsen skulle foregå på en måde, hvor [Ambulancevirksomhed A]s involvering ville være skjult for aktører, der blev kontaktet om sagen.

Dette fremgår i øvrigt også direkte af en af de mails, som Berlingske har citeret i artiklen:

> "På et tidspunkt spurgte en [Kommunikationsbureau A]-medarbejder, hvordan bureauet skulle præsentere sig, når man eksempelvis henvendte sig til medier og politikere.
> »Apropros fortrolighed skal vi lige have en afklaring af, hvordan vi kan præsentere os - er det sådan, at der skal være 100 % fortrolighed eller må vi sige, at vi laver pressearbejde for jer?,« spørger [Kommunikationsbureau A]-medarbejderen tilbage i september 2014, fremgår det af afgørelsen.
> Til det svarede [Klager]:
> […]
> »Fx vil det bero på en vurdering af relationer. Det vil være vigtigt, at vi går lokalt via vores folk frem for nationalt. Fx bedst, at vores lokale folk kontakter journalist eller patientgruppe. Og så kan vores folk sige, at de har bedt [Kommunikationsbureau A] om at lave noget research, analyse osv. på en sag […]"

[Klager] har således tydeligt skrevet, at [Ambulancevirksomhed A]s egne folk skal kontakte journalister såvel som andre aktører og direkte sige åbent, at [Ambulancevirksomhed A] har engageret [Kommunikationsbureau A] til opgaven. Det kan derfor ikke samtidig være skjult for de samme aktører, at [Ambulancevirksomhed A] er engageret i sagen.

Ulovlighed er ikke relativt – det er enten ja eller nej. Berlingske har ikke dokumenteret, at det er "utvivlsomt rigtigt", jf. medieansvarslovens § 36, at de anvendte armslængdemetoder var retsstridige.

[Klager] har endvidere anført, at følgende mail, som fremgår af Konkurrencerådets afgørelse, punkt 162, og som Berlingske i svaret til Pressenævnet har oplyst er sendt af [Klager], ikke er fra [Klager]:

> "Det er rigtig godt. Jeg savner kun et tidsmæssigt overblik. Så hvis [I] kan lave en slide og tilføje, der viser milestones, der skal satses på at nå som månederne skrider frem (ude vide kredsen af allierede, som går ud i sagen, så de kører slaget fra x nu til y i den givne måned, sikre en historie om måneden, der holder fokus på, at [Ambulancevirksomhed B] og ikke [Ambulancevirksomhed A] er problemet her osv. – målsætninger for resultaterne og milestones, hvad der kommer ud af vores investering her over tid). Hvis du sender opdateret version i morgen, vender jeg med ["Kommunikationschef F"] og ["Kommunikationschef E"], så kan vi evt. vende tilbage med yderligere input, og så kan vi tage det videre i vores organisation."

Berlingske har identificeret [Klager] som "Kommunikationschef E" i Konkurrencerådets afgørelse. Alligevel mener Berlingske, at [Klager] er afsender af ovenstående mail, selvom det fremgår af denne, at den omtalte opdaterede version vil blive forelagt for blandt andre "Kommunikationschef E". Den pågældende mail er derfor tydeligvis ikke afsendt af "Kommunikationschef E". Denne selvmodsigelse i Konkurrencerådets tekst har Berlingskes journalister i deres (forhastede) research tilsyneladende ikke observeret.

2.1.1.1.3 Arbejde "under radaren"
[Klager] har anført, at Berlingske har forsøgt at hænge sin påstand op på, at [Klager] i en mail har skrevet, at noget af den pågældende kommunikationskonsulents indsats skal foregå "under radaren".

[Klager] har oplyst, at der herved blot skal forstås medieradaren – at en del af konsulentens arbejde er research, direkte dialog med aktører osv. Altså aktiviteter, som ikke retter sig imod at indgå i medierne. Det er helt normalt kommunikationsarbejde, som der intet er fordækt i.

2.1.1.2 Afvisning af anmodning genmæle af 28. august 2019
Da Berlingske ikke bragte det ønskede genmæle, men i stedet havde fremsat nye – bestridte – oplysninger som redaktionelle bemærkninger til indlægget *"Indlæg: Berlingskes omtale af [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sag"* af 21. august 2019, anmodede [Klager] den 28. august 2019 på ny om genmæle over for oplysningerne i de redaktionelle bemærkninger.

[Klager] har henvist til følgende fem oplysninger i anmodningen om genmæle af 28. august 2019, som Berlingske den 25. september 2019 afviste at bringe:

2.1.1.2.1 "Pludselig og ni måneder efter"
[Klager] har anført, at det er ukorrekt og vildledende, at Berlingske har skrevet, at [Klager]s understregning af, at reglerne skal følges, skete "pludselig og ni måneder efter" kommunikationsindsatsen påbegyndte.

Dette er faktuelt forkert og i strid med blandt andet mailen af 19. marts 2015 fra [Klager], som er gengivet i Konkurrencerådets afgørelse.

Det fremgår direkte af mailen, at [Klager] allerede i forbindelse med indgåelsen af kontrakten mellem [Ambulancevirksomhed A] og kommunikationsbureauet har understreget, at alle regler og etiske retningslinjer skal overholdes i forbindelse med arbejdet. Kommunikationsbureauet har altså i kontrakten skrevet under på, at de vil overholde alle regler og retningslinjer. [Klager] har således allerede ved kontraktens indgåelse og flere gange i den efterfølgende korrespondance og på møder gjort opmærksom på, at gældende regler skal overholdes. Det fremgår af Konkurrencerådets afgørelse, punkt 136, at der straks ved aftalens indgåelse med kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau A] blev stillet krav om overholdelse af fælgende regler. Da Berlingske jo indrømmer at kende afgørelsen, har de også været vidende om dette forhold.

[Klager]s fokus på, at de etiske retningslinker skal overholdes, fremgår desuden af en mail af 18. september 2014, som Berlingskes journalister også har kendskab til.

Berlingske har i svaret til Pressenævnet forsøgt at undskylde sig med, at det var "første gang" i det materiale, som Konkurrencerådet har inddraget i sin afgørelse med en undertone af, at journalisterne var i god tro, selv om afgørelsen i øvrigt ikke var journalisternes eneste kildemateriale. Begge disse forhold er uden relevans for spørgsmålet om genmæle, da genmæle ikke er betinget af avisens subjektive forhold.

2.1.1.2.2 "Glæde over aktiviteterne"
[Klager] har anført, at det er ukorrekt, at [Klager] "udtrykte glæde over aktiviteterne i Facebook-gruppen".

[Klager] har oplyst, at der af den pågældende mail, som Berlingske har henvist til, fremgår følgende:

> "Tak for en rigtig god opdatering… – og rigtig godt arbejde. Det er præcis det her lidt under radaren, men alligevel på pulsen, vi har brug for i den her fase! Fortsæt endelig den gode indsats – og så må vi på det kommende møde vende, hvordan vi håndterer den kommende milestone."

Mailen kvitterer for, at oplægget er godt som afsæt for videre bearbejdning blandt andet på et kommende møde. [Klager] har således ikke forholdt sig til de enkelte elementer, hvoraf det i øvrigt heller ikke var alle, der blev benyttet i den videre aktive kommunikationsindsats.

2.1.1.2.3 "Hvem kampagnen skal ramme"

[Klager] har anført, at det er ukorrekt, at han kom med "en række konkrete forslag til, hvem kampagnen skal ramme", idet der intet står om at "ramme nogen" i de mails, der refereres til.

2.1.1.2.4 Godkendelse af ansættelse af kommunikationskonsulent
[Klager] har anført, at det er ukorrekt, at han har godkendt en ansættelse af en selvstændig kommunikationskonsulent, som i øvrigt ikke var en ansættelse, men et engagement af en ekstern leverandør.

Det fremgår af Konkurrencerådets afgørelse, at kommunikationsbureauet ønskede at engagere yderligere en konsulent til at bistå bureauet. Dette accepterede [Ambulancevirksomhed A]. [Klager] havde ikke hverken mandat eller budgetansvar i forhold til at ansætte den nævnte konsulent, ligesom [Klager] ikke har skrevet under på nogen kontrakt vedrørende ansættelse af vedkommende. Der er derfor i sagens natur heller ikke dokumentation for, at [Klager] var med til at ansætte den pågældende – hverken i kildematerialet gengivet i Konkurrencerådets afgørelse, eller i materialet vedrørende sagen, som Konkurrencerådet har valgt ikke at gengive i afgørelse.

Berlingske har ved deres beskrivelse skabt et fordrejet billede af en tættere tilknytning, som falder i tråd med de gennemgående træk ved de fejl, som Berlingske har begået i denne sag. Berlingske har konsekvent tegnet et mere negativt billede af [Klager] og hans involvering i sagen, end der er belæg for. Når Konkurrencerådet har skrevet, at "[Ambulancevirksomhed A] – og i firkantet parentes en person – godkender" betyder det naturligvis netop det: at [Ambulancevirksomhed A] har godkendt, men ikke at personen, der har kommunikeret virksomhedens godkendelse, personligt har foretaget denne godkendelse, hvilket er noget ganske andet.

Det ukorrekte er således ikke anvendelsen af ordet "godkender" – det ukorrekte er, at godkendelsen tillægges budbringeren, [Klager], som hans personlige afgørelse. Berlingske har intet belæg for sin påstand om, at budbringeren er identisk med beslutningstageren.

2.1.1.2.5 Oprettelse af Facebook-gruppe
[Klager] har anført, at det er ukorrekt, at [Klager] har godkendt forslag fra konsulentbureauet om oprettelse af en Facebook-gruppe.

[Klager] havde ikke beføjelserne hertil, og der er heller ikke dokumentation herfor, ej heller i Konkurrencerådets afgørelse, side 42, som Berlingske har henvist til. Berlingske var vidende om, at det var en beslutning truffet af [Ambulancevirksomhed A]s direktion.

Der fremgår følgende af Konkurrencerådets afgørelse:

> "3.4.2.1 Etablering og brug af Facebook-gruppen "[Facebook-gruppen]".
> Den 2. oktober 2014 konkretiseres [Ambulancevirksomhed A]s kommunikationsindsats på de sociale medier i en mail fra [Kommunikationsbureau A] [medarbejder i [Kommunikationsbureau A]] til [Ambulancevirksomhed A] ["Direktør"] og ["Ambu-

> lanceredder og stifter af Facebook-gruppen ”[Facebook-gruppen]””] og c.c. til [Kommunikationsbureau A] [medarbejder i [Kommunikationsbureau A]] og [Kommunikationsbureau B] [”Indehaver af [Kommunikationsbureau B]”] med vedhæftningen ”Køreplan for Facebook.docx” (”Køreplanen”).
> Af mailen fremgår det, at [Ambulancevirksomhed A]s direktion har godkendt igangsætningen af en Facebook-kampagne.
> ”Så fik vi ok fra direktionen i forhold til Facebook. Jeg har lavet vedhæftede køreplan, som vi sætter i gang snarest.”

Sammenfattende er oplysningerne af faktisk karakter, som er egnet til at påføre [Klager] ”økonomisk eller anden skade af betydning”. [Klager] har således retskrav på det genmælet af 28. august 2019, medmindre Berlingske kan dokumentere, at ”oplysningernes rigtighed er utvivlsom”, hvilket Berlingske ikke har. Det er ikke [Klager]s bevisbyrde, men mediets. Berlingske skal således pålægges at udsende genmælet.

[Klager] har oplyst, at han gerne justerer formuleringerne i genmælet, hvis Berlingske har konkrete, saglige ønsker til ændringer i det allerede fremsendte forslag, jf. medieansvarslovens § 38, stk. 2.

Berlingske har i svaret til Pressenævnet anført, at ”reglerne om genmæle ikke giver [Klager] krav på endnu et genmæle”. Der er ikke efter medieansvarsloven nogen begrænsninger i hvilket ”antal” genmæler, en person kan kræve. Det afgørende er alene, om der er bragt urigtige oplysninger af faktisk karakter, der er skadelige, jf. § 36, stk. 1.

Da det ligger fast, at Berlingskes redaktør, jf. § 37, ikke har bragt genmælet af 28. august 2019, er det spørgsmål, som Pressenævnet skal tage stilling til, udelukkende, hvorvidt de redaktionelle bemærkninger indeholdt korrekte, faktiske oplysninger.

Det er i den forbindelse helt centralt at være opmærksom på, at bestemmelsen i medieansvarslovens § 36 udelukkende indeholder objektive kriterier – journalisternes subjektive forhold, herunder hvorvidt journalisterne var i god tro eller ej, er således fuldstændig irrelevant, ligesom det er uden af betydning, om journalisterne har udført deres arbejde grundigt eller ej, og om de har været forudindtagede eller ej. Af samme grund er det helt uden betydning, hvilket kildemateriale journalisterne har baseret deres artikel på, herunder helt ligegyldigt, om Berlingske har dækning for deres udfald eller ej i Konkurrencerådet afgørelse eller andre steder. Hvis et massemedie bringer en objektivt forkert, faktisk oplysning, har man krav på genmæle, jf. § 36, stk. 1, uanset hvor undskyldelig fejlen måtte være, da der ikke knytter sig andre betingelser til dette krav.

Det er på dette punkt, at Berlingske har sammenblandet/misforstået reglerne om genmæle. Berlingske tror tilsyneladende, at avisen kan undslå sig genmæle med samme begrundelse, som den kan undslå sig injurieansvar, jf. straffelovens § 269 (om god tro), hvor man – modsat genmælereglerne – lægger vægt på journalistens subjektive tilgang.

2.1.2 Forelæggelse
2.1.2.1 Artiklen "Ny redegørelse slår fast: [Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"
[Klager] har anført, at han ikke er blevet forelagt substansen i beskyldningerne imod ham, samt at der ikke var sket forelæggelse i rimelig rid.

[Klager] har oplyst, at han den 9. august 2019 kl. 12:39 modtog følgende SMS fra Berlingske med svarfrist samme dag kl. 15:

> "Hej [Klager], håber du har en god sommer. Går ud fra du har set, Konkurrencestyrelsen har identificeret bureauerne såvel som jer [Ambulancevirksomhed A]-ansatte i deres opdaterede redegørelse. Vi kan se, at du er "E", [Person A] "D" og [Person B] "F". Det bekræfter jo i det store og hele, hvad vi skrev tidligere; nemlig at du spillede en central rolle i afviklingen af kampagnen, ligesom det fremgår, at [Person C] og [Person D] løbende nikkede til initiativerne. Vi samler lidt op på det i en artikel til i morgen, og du skal vanen tro have mulighed for en replik. Spørgsmålet er: Ændrer den her redegørelse noget ved den forklaring, du har givet? Er der noget i den opdaterede redegørelse, der vil overraske [Virksomheden]? Du er velkommen til at give et kald, ellers vil jeg gerne høre fra dig inden kl 15.
> Bh [Journalist A]"

[Klager] har bestridt, at Berlingskes journalist ved denne SMS foreholdt ham de oplysninger, som Berlingske agtede at skrive, og at fristen var inden kl. 15, som Berlingske har anført i svaret til Pressenævnet.

[Klager] har afvist, at Berlingske aldrig fik svar på henvendelsen, og at [Klager] ikke har klaget over dette før klagen til Pressenævnet. Begge dele skete ved advokat [Advokaten]s mail af 15. august 2019 til [Chefredaktøren]. I øvrigt er ingen af delene relevante for Pressenævnets behandling af denne sag, hvor spørgsmålet er, om der skete behørig forelæggelse forud for offentliggørelsen og ikke om, hvorvidt der tidligere er svaret/reageret på henvendelser.

Berlingske har i svaret til Pressenævnet henvist til, at artiklen blev skrevet på baggrund af Konkurrencerådets afgørelse, som blev offentliggjort aftenen inden, og at denne historie havde "fælles interesse for en række medier".

[Klager] har hertil gjort gældende, at de presseetiske reglers krav til forelæggelse af negative beskyldninger ikke nedsættes – hverken med hensyn til substans/konkretisering eller svartid – af den omstændighed, at det pågældende medie er i tidsmæssig konkurrence med andre medier om en historie. Konkurrencerådets afgørelse handler om en sag, der er både faktuelt omfattende og juridisk kompleks, og beskyldninger imod en navngiven person for ulovligheder er særdeles alvorlige. Det er et kvalitativt krav i det presseetiske regler, her særligt punkt A.1 og A.3, at Berlingske skal sikre, at de bringer korrekte oplysninger, og det kvalitetskrav slækkes ikke af Berlingskes tilsyneladende frygt for sine konkurrenter. Følgerne af, at Berlingske den 9. august 2019 forhastede sig og gik på kompromis med kvaliteten, er jo også del-

vist erkendt af Berlingske, idet avisen (nu) har indrømmet, at der ikke var belæg for beskyldningerne om ulovligheder. Det forhold, at det "ikke er ualmindeligt (for Berlingske) i den type situationer", som Berlingske har anført i svaret til Pressenævnet, ændrer ikke herved.

Såfremt Pressenævnet imødekommer Berlingskes synspunkter, vil der være skabt præcedens for, at kravene til mediernes grundighed aftager i takt med konkurrencen.

[Klager] har bemærket, at det er tankevækkende, at Berlingskes chefredaktør mener, at der stilles mindre krav til Berlingskes journalister, fordi der er tale om en sag, som også andre konkurrerende medier vil dække, og at forelæggelsen "absolut er inden for skiven og ikke udtryk for, at Berlingske har forhastet sig eller er gået på kompromis med kvaliteten", samtidig med, at chefredaktøren efterfølgende beklagede og erkendte, at man ikke havde belæg for artiklens beskyldninger om, at [Klager] havde bidraget til ulovligheder.

Berlingske har derudover i svaret til Pressenævnet henvist til, at [Klager] tidligere havde henvist til sin tavshedspligt. Dette skyldtes imidlertid blandt andet den da verserende sag mellem [Ambulancevirksomhed B] og [Ambulancevirksomhed A], der i mellemtiden var forligt samt den tidligere sag verserende for Konkurrencerådet. [Klager] kunne derfor udmærket have afværget Berlingskes urigtige oplysninger, hvis de havde været behørigt forelagt.

2.1.2.2 Indlægget "Indlæg: Berlingskes omtale af [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sag"
[Klager] har anført, at Berlingskes redaktionelle bemærkninger, som blev bragt i indlægget, indeholder "nye" faktuelle oplysninger, som blev bragt uden forudgående forelæggelse for [Klager].

[Klager] har navnlig henvist til følgende tre oplysninger: 1) "Hvem kampagnen skal ramme", 2) godkendelse af ansættelse af kommunikationskonsulent og 3) oprettelse af Facebookgruppe.

[Klager] har bestridt oplysningerne og har fremhævet, at Berlingske har forsøgt sig med en falsk modsætning; for selvom oplysningerne var korrekte, er der alligevel intet belæg for, at de udgør ulovlige handlinger, som [Klager] har været involveret i, sådan som Berlingske har påstået.

Undladelse af forelæggelse af de redaktionelle bemærkninger kan ikke begrundes med, at Berlingske troede, at [Klager]s tavshedsforpligtelse afskar ham fra at rette fejlene. Advokat [Advokaten] havde allerede forud sin mail af 15. august 2019 til Berlingske anført, at forelæggelse kunne have afværget Berlingskes fejl.

Formålet med forelæggelse er at sikre korrekte oplysninger i medierne, og den manglende forelæggelse har i nærværende situation medført, at der blev bragt ukorrekte oplysninger, hvilket kunne have været undgået. Det fritager ikke en journalist for forelæggelse, at indholdet bygger på materiale, der har været offentligt tilgængeligt i to uger, idet Berlingskes "offer" så

ikke kan vide, hvilke elementer et medie vil omtale og derfor ikke kan "gætte", hvor der er behov for at imødegå misforståelser.

Sammenfattende
Uanset, at Berlingske har anerkendt og beklaget, at Konkurrencerådets afgørelse ikke kan danne grundlag for beskyldningerne mod [Klager], har Berlingske fastholdt artiklens præmis om medvirken til ulovlige forhold og fremkom endda med nye forkert oplysninger.

Beskyldningerne er ikke baseret på fakta, og rigtigheden er derfor ikke utvivlsom. [Klager] har således krav på genmæle i forhold til de faktuelle oplysninger, hvilket [Klager] har anmodet om i to omgange.

I første omgang bragte Berlingske anmodningen om genmæle i sin helhed som et indlæg, som besvares med vurderinger og nye oplysninger. I anden omgang blev genmælet afvist blankt. Begge forhold strider mod medieansvarsloven, og Pressenævnet skal såvel udtale kritik som pålægge Berlingske at bringe genmælet i henhold til anmodningen.

2.2 Berlingskes synspunkter

Berlingske har indledningsvis oplyst, at Berlingskes dækning bygger på Konkurrencerådets afgørelse.

Berlingske har hertil anført, at [Klager] i Konkurrencerådets afgørelse optræder som "Kommunikationschef E", og at advokat [Advokaten] selv har identificeret [Klager] som "Kommunikationschef E" i flere mails og senest i klagen til Pressenævnet.

2.1.1 Genmæle
2.1.1.1 Mangelfuld opfyldelse af anmodning om genmæle af 15. august 2019
Berlingske har anført, at Berlingske allerede den 21. august 2019 har bragt [Klager]s tekst af 15. august 2019, som blev betegnet som et "genmæle", selvom teksten på ingen måde levede op til medieansvarslovens krav om, at et formelt genmæle efter loven i alt væsentligt skal være begrænset til de nødvendige faktiske oplysninger.

Berlingske imødekom imidlertid [Klager] ved at publicere teksten både på Berlingskes netavis berlingske.dk og i den trykte udgave af Berlingske, hvortil Berlingske knyttede en række redaktionelle bemærkninger, der faktuelt berørte de klage- og synspunkter, der blev rejst i teksten, og som Berlingske ikke er enig i rigtigheden af.

Berlingske har til [Klager]s tre påklagede oplysninger anført følgende:

2.1.1.1.1 Ulovlige handlinger
Berlingske har medgivet, at der ikke kan føres dokumentation for den bragte oplysning om ulovlighed, eftersom [Klager] hverken er sigtet eller dømt for at have gjort noget ulovligt, og

oplysningen blev derfor rettet. Berlingske har derfor i forbindelse med indlægget af 21. august 2019 samme dag rettet én sætning i den påklagede artikel: "Også den del af ulovlighederne bidrog [Klager] til". Det skyldes, at sætningen kunne bidrage til den opfattelse, at [Klager] som person selv havde begået ulovligheder. Rettelsen blev bragt på Berlingskes netavis og i den trykte udgave af Berlingske. Rettelsen kan fortsat læses i forbindelse med artiklen bragt den 9. august 2019.

Af rettelsen fremgår følgende:

> "Det fremgik af en tidligere version af artiklen, at [Klager] har »bidraget til ulovligheder«. Den formulering er misvisende, eftersom [Klager] hverken er sigtet eller dømt for at have gjort noget ulovligt. Berlingske har rettet formuleringen og beklager fejlen."

Dermed har Berlingske også i forhold til den række af de øvrige substantielle klagepunkter fra [Klager] til Pressenævnet utvetydigt klargjort, at [Klager] ikke på det foreliggende grundlag kan beskyldes for personligt at have gjort noget ulovligt, selv om de understøttende aktiviteter, han arbejdede med, og havde ansvaret for, beskrives således i Konkurrencerådets afgørelse, side 8, punkt 32:

> "Disse understøttende aktiviteter er ikke genstand for misbrugsvurderingen i denne sag. Aktiviteterne er efter styrelsens vurdering imidlertid en del af den kontekst, som [Ambulancevirksomhed A]s ulovlige adfærd skal ses i. De understøttende aktiviteter inddrages således med henblik på at vise hele billedet af [Ambulancevirksomhed A]s adfærd i forhold til [Ambulancevirksomhed B] og beskrive den samlede kontekst, hvori [Ambulancevirksomhed A]s ekskluderende strategi og ekskluderende aktiviteter udspillede sig."

Konkurrencerådet har således ikke kaldt selve kommunikationskampagne for ulovlig, men "de understøttende" aktiviteter, herunder den kommunikationskampagne, som [Klager] var med til at iværksætte, "efter styrelsens vurdering imidlertid [er] en del af den kontekst, som [Ambulancevirksomhed A]s ulovlige adfærd skal ses i."

Konkurrencerådet har med andre ord vurderet, at kampagnen var en del af den samlede ekskluderende strategi, som Konkurrencerådet vurderede at være i strid med konkurrenceloven. Berlingske har hertil tilføjet, at langt størstedelen af Konkurrencerådets afgørelse koncentrerer sig om kommunikationskampagnen og de aktiviteter, der sammenfattet er en del af den. Berlingske har af samme årsag lagt til grund, at det er rimeligt at inddrage kommunikationskampagnen på den måde, det er sket. Hverken [Ambulancevirksomhed A] eller de kommunikationsbureauer, der var involveret i sagen, har anfægtet dette.

For så vidt angår overskriften *"[Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"* har Berlingske anført, at det fremgår af Konkurrencerådet afgørelse, at kommunikationsaktiviteterne en del af den kontekst, som [Ambulancevirksomhed A]s ulovlige adfærd skal ses i. Der er derfor fuldt belæg for Berlingskes omtale af kampagnen – en

omtale, som [Ambulancevirksomhed A] på intet tidspunkt har anfægtet. Konkurrencerådet har konstateret i afgørelsen, at kommunikationsstrategien og kampagnen ikke udgør "competition on the merits". Berlingske har henvist til Konkurrencerådets afgørelse, side 117, punkt 490:

> "Styrelsens finder endvidere, at selv hvis nogle af de udsendte historier ikke er faktuelt ukorrekte, er det faktum, at (dele af) implementeringen af [Ambulancevirksomhed A]s kommunikationsstrategi blev foretaget med et armslængde princip – og så vidt angår Facebook-gruppen, med et dobbeltarmslængde princip – i sig selv er vildledende og manipulerende. Heller ikke dette udgør efter styrelsens vurdering "competition on the merits"."

[Klager], som i afgørelsen omtales som "Kommunikationsdirektør E", er den person, der optræder flest gange i afgørelsen, og da det er ham, der både har iværksat og siden monitoreret og bidraget til det arbejde, som [Kommunikationsbureau A] og [Kommunikationskonsulenten] blev købt til, er han indlysende en central figur. Det er således fuld dækning for at overskriften.

Berlingske har afvist, at Berlingske ved anvendelsen af betegnelsen "[Virksomhed]sdirektør" har forsøgt at skade [Klager]. Betegnelsen er alene anvendt som kontekst i historien, der handler om en person, som i dag sidder i en ledende position i [Virksomheden], som er en delvis statsejet virksomhed.

2.1.1.1.2 Kommunikation i "armslængde"
Berlingske har bemærket, at afsnittet om, at [Klager] "bidrog til ulovligheder", som tidligere nævnt blev rettet.

Konkurrencerådet har forholdt sig til de generelle konkurrenceretlige forhold og har ikke vurderet, om enkelte personer begik ulovligheder. Konkurrencerådet har dog gjort opmærksom på, at kommunikationsstrategien blev foretaget med et armslængdeprincip og i sig selv var vildledende og manipulerende:

> "Styrelsen finder endvidere, at selv hvis nogle af de udsendte historier ikke er faktuelt ukorrekte, er det faktum, at (dele af) implementeringen af [Ambulancevirksomhed A]s kommunikationsstrategi blev foretaget med et armslængde princip – og så vidt angår Facebook-gruppen, med et dobbeltarmslængde princip – i sig selv er vildledende og manipulerende. Heller ikke dette udgør efter styrelsens vurdering "competition on the merits"."

[Klager]s mail af 19. marts 2015 er første gang – i det materiale, som Konkurrencerådet har inddraget i sin afgørelse – at [Klager] har gjort gældende, at etiske retningslinjer skal overholdes. De etiske retningslinjer, som Dansk Industris lobbyorganisation har formuleret, og som [Kommunikationsbureau A] opererer under, kræver, at lobbyister skal være åbne om, hvem de repræsenterer.

I en længere mail sendt den 22. oktober 2014, og som fremgår af Konkurrencerådet afgørelse, punkt 161, opdaterer en medarbejder fra [Kommunikationsbureau A] [Klager] på de aktuelle aktiviteter. Her fremgår det, at [Kommunikationsbureau A] arbejder med et "dobbelt-armslængde-princip", der indebærer, at [Kommunikationskonsulenten] sælger historier ind til pressen for [Kommunikationsbureau A] (som altså gør det for [Ambulancevirksomhed A]). Det fremgår videre af samme mail, at en mulig trussel kan være, at "[Ambulancevirksomhed A] kan blive afsløret som initiativtager til negative kampagneaktiviteter." Med andre ord skriver [Kommunikationsbureau A]-medarbejderen sort på hvidt, at man *ikke* overholder Dansk Industris etiske kodeks ved at benytte et dobbelt-armlængde princip, og det oplistes ligefrem som en trussel.

Hertil har [Klager] svaret følgende, som fremgår af Konkurrencerådets afgørelse, punkt 162:

> "Det er rigtig godt. Jeg savner kun et tidsmæssigt overblik. Så hvis [I] kan lave en slide og tilføje, der viser milestones, der skal satses på at nå som månederne skrider frem (ude vide kredsen af allierede, som går ud i sagen, så de kører slaget fra x nu til y i den givne måned, sikre en historie om måneden, der holder fokus på, at [Ambulancevirksomhed B] og ikke [Ambulancevirksomhed A] er problemet her osv. – målsætninger for resultaterne og milestones, hvad der kommer ud af vores investering her over tid). Hvis du sender opdateret version i morgen, vender jeg med ["Kommunikationschef F"] og ["Kommunikationschef E"], så kan vi evt. vende tilbage med yderligere input, og så kan vi tage det videre i vores organisation."

Ovenstående er ikke eneste gang, hvor [Kommunikationsbureau A]/[Kommunikationskonsulenten] med al tydelighed har berettet om arbejde, der er i konflikt med lobbyisters etiske kodeks, uden at [Klager] ifølge det materiale, der er tilgængeligt for Berlingske via Konkurrencerådets afgørelse, på noget tidspunkt synes at have haft et problem med det eller har reageret før den 19. marts 2015.

Det fremgår af Konkurrencerådets afgørelse, punkt 156, at [Kommunikationsbureau A] allerede i september 2014 – altså en måned før ovenstående – har oplyst til [Klager], at "[Kommunikationsbureau A] laver fortrolig aftale med journalist, [Kommunikationsbureau A]/["Selvstændig kommunikationskonsulent"] varetager al kontakt til journalist vedr. [Ambulancevirksomhed B]. Ekstra armslængde". Med andre ord blev [Klager] flere gange i løbet af efteråret gjort opmærksom på, at [Kommunikationsbureau A] opererede med ekstra armlængde – et brud med branchens etiske armslængde – uden at han havde indvendinger.

[Klager] har i klagen til Pressenævnet anført, at han tydeligt har skrevet, at [Ambulancevirksomhed A]s egne folk skal kontakte journalister såvel som andre aktører og direkte sige åbent, at [Ambulancevirksomhed A] har engageret [Kommunikationsbureau A] til opgaven. Berlingske har hertil anført, at et af afgørelsens hovedkritikpunkt netop er, at modtagerne af informationerne ikke vidste, at det var [Ambulancevirksomhed A], der stod bag:

> ”En stor del af [Ambulancevirksomhed A]s ekskluderende aktiviteter blev udført i ”armslængde” – og i visse tilfælde i ”dobbelt armslængde” – fra [Ambulancevirksomhed A] gennem kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau A], [”Selvstændig kommunikationskonsulent”] og kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau B]. Ved ”armslængde” forstås, at de konkrete aktiviteter ikke kunne føres tilbage til [Ambulancevirksomhed A] som den reelle initiativtager og afsender, og aktiviteterne fremstod på den måde som objektive og troværdige for redderne i [Ambulancevirksomhed A] og offentligheden.”

2.1.1.1.3 Arbejde ”under radaren”
Berlingske har anført, at [Klager] selv har gjort opmærksom på, at aktiviteterne skulle foregå ”under radaren”. [Klager] svarede følgende til en mail, som kommunikationsrådgiveren [Kommunikationskonsulenten] skrev om aktiviteterne i blandt andet Holland:

> ”Tak for en rigtig god opdatering [indehaver af kommunikationsbureau Y] – og rigtig godt arbejde. Det er præcis det her lidt under radaren, men alligevel på pulsen, vi har brug for i den her fase! Fortsæt endelig den gode indsats – og så må vi på det kommende møde vende, hvordan vi håndterer den kommende milestone.”

Formuleringen ”under radaren” optræder således i et svar på en mail til kommunikationsrådgiveren [Kommunikationskonsulenten]. [Kommunikationskonsulenten] skrev blandt andet, hvordan man arbejder tæt sammen med ophavsmanden bag Facebook-gruppen ”[Facebookgruppen]” for at holde liv i gruppen og sikre et kritisk fokus på [Ambulancevirksomhed B]s virke, der skal afholde reddere fra at søge over til det hollandske firma. [Kommunikationskonsulenten] skrev videre, at der blev arbejdet på et grundigt ”baggrundspapir” om [Ambulancevirksomhed B]s bestyrelsesformand og dennes ”karriere og forretningsmetoder”. Med andre ord aktiviteter, der har præg af at være mere lyssky og dårligt tåler offentlighedens lys (i begge tilfælde opererer [Kommunikationsbureau A]/[Ambulancevirksomhed A] med dobbelt-armslængde).

Berlingske har fastholdt, at ”under radaren” dårligt kan tolkes som andet end den definition, som fremgår af ordbogen: ”En position eller situation hvor ingen opdager eller lægger mærke til det.”

2.1.1.2 Afvisning af anmodning genmæle af 28. august 2019
Berlingske har henholdt sig til Berlingskes afvisning af 25. september 2019 af bringe genmælet. Det er således fortsat Berlingskes opfattelse, at [Klager]s genmæle af 28. august 2019 ikke indeholder oplysninger af faktisk karakter, som kræver et genmæle bragt, da Berlingske med henvisninger til det faktiske indhold af Konkurrencerådets afgørelse kan tilbagevise påstandene i det ønskede genmæle.

Berlingske har til [Klager]s fem påklagede oplysninger anført følgende:

2.1.1.2.1 ”Pludselig og ni måneder efter”

Berlingske har fastholdt, at det er fuldstændig rimeligt at skrive, at [Klager]s understregning af behovet for at overholde etiske retningslinjer skete pludseligt og ni måneder, efter kampagnen begyndte.

[Klager]s mail af 19. marts 2015 er som tidligere nævnt første gang – i det materiale, som Konkurrencerådet har inddraget i afgørelsen – at [Klager] har gjort gældende, at etiske retningslinjer skal overholdes.

[Klager] har i klagen til Pressenævnet henvist til en mail af 18. september 2014, som Berlingskes journalister ifølge [Klager] kender til. Ifølge [Klager] skulle mailen indeholde oplysninger om, at der skal være "fokus på de etiske retningslinjer". Det er ikke en mail, som Berlingske kender til, og det er heller ikke en mail, som Berlingske har set i afgørelsen. Berlingske har bemærket, at [Klager] ikke har anvist, hvor i afgørelsen den skulle optræde.

Konkurrencerådets afgørelse er kronologisk opbygget, og begivenhederne den 18. september 2014 kan læses fra punkt 142 på side 34. Her fremgår det, at [Klager] (Kommunikationschef E) kræver, at kommunikationsbureauet [Kommunikationskonsulenten] bliver underlagt en "confidentiality agreement", altså en fortrolighedserklæring. Det kan være denne formulering, som har skabt en misforståelse hos [Klager].

2.1.1.2.2 "Glæde over aktiviteterne"
Berlingske har anført, at det fremgår af Konkurrencerådets afgørelse, punkt 172, side 52, at [Kommunikationskonsulenten] har skrevet følgende til [Klager] om de mange aktiviteter i Facebook-gruppen om [Ambulancevirksomhed B]s og [Ambulancevirksomhed A]s ambulancedrift. Konklusionen er, at den har fungeret godt:

> "Dermed opfylder Facebookgruppen sin primære mission: At stille tvivl ved ethvert udsagn, der kan være med til at få reddere til at søge over til [Ambulancevirksomhed B]."

I Konkurrencerådets afgørelse, punkt 173, side 53, fremgår det, at [Klager] svarede, at det netop er aktiviteter "under radaren", som [Ambulancevirksomhed A] har brug for i denne periode:

> "Tak for en rigtig god opdatering ["Indehaver af [Kommunikationsbureau B]"] – og rigtig godt arbejde. Det er præcis det her lidt under radaren, men alligevel på pulsen, vi har brug for i den her fase! Fortsæt endelig den gode indsats – og så må vi på det kommende møde vende, hvordan vi håndterer den kommende milestone."

Som det fremgår, er [Klager] meget tilfreds med arbejdet, og der er derfor fuldt grundlag for at skrive, at [Klager] udtrykte glæde over aktiviteterne.

2.1.1.2.3 "Hvem kampagnen skal ramme"
Berlingske har anført, at det fremgår af Konkurrencerådets afgørelse, punkt 149, side 36, at [Klager] har nævnt flere aktører, som kampagnen skal ramme:

> ”At det også handler om, hvordan vi kontakter andre stakeholdere osv.”
> […]
> ”Det vil være vigtigt, at vi går lokalt via vores folk frem for nationalt. Fx bedst, at vores lokale folk kontakter journalist eller patientgruppe.”
> […]
> ”Så får vi etableret et netværk, som vi kan fodre ting ud igennem af flere led – fx også med sociale medier. Det kan så igen løfte nogle af sagerne, når vi kommer til [Ambulancevirksomhed B].”

Det er således Berlingskes opfattelse, at der er fuld dækning for formuleringen.

2.1.1.2.4 Godkendelse af ansættelse af kommunikationskonsulent
Berlingske har anført, at omtalen af ansættelsen af en selvstændig konsulent til kommunikationsindsatsen fremgår af Konkurrencerådets afgørelse, punkt 146, side 35. Det fremgår heraf, at [Kommunikationsbureau A] har oplyst, at der var mange hasteopgaver, hvorfor [Kommunikationsbureau A] derfor foreslog at koble [”Indehaver af [Kommunikationsbureau B]”] ([…]) på projektet:

> ”Kære [”Kommunikationschef D”] og [”Kommunikationschef E”] Har her til aften snakket med [medarbejder i [Kommunikationsbureau A]] om en opmanding på projektet. Der er mange hasteopgaver. Mit forslag er, at vi inddrager [”Indehaver af [Kommunikationsbureau B]”]. […].”

Konkurrencerådet har herefter skrevet følgende i afgørelsen:

> “[Ambulancevirksomhed A] [[”Kommunikationschef E”]] godkender dette under forudsætning af […]”

Konkurrencerådet har altså selv anvendt termen ”godkende ”. Derfor kan Berlingske naturligvis også gøre det i omtalen af sagen.

Berlingske har bemærket, at det altid er fysiske personer, der foretager handlinger, og ikke virksomheder og institutioner i sig selv. En fysisk person vil i sidste ende altid have godkendt handlingen. Dette tilfælde var det ifølge Konkurrencerådet ”Kommunikationschef E”, altså [Klager].

Det er således Berlingskes opfattelse, at der er fuld dækning for formuleringen.

2.1.1.2.5 Oprettelse af Facebook-gruppe
Berlingske har anført, at det kan diskuteres, hvad der er en godkendelse i juridiske termer. I sidste ende skal en medarbejder i [Ambulancevirksomhed A] udforme en kontrakt, som så bliver underskrevet.

Berlingske har oplyst, at der i Konkurrencerådets afgørelse, punkt 157 og 158, side 40 til 42, redegøres for, at [Kommunikationsbureau A] har sendt løbende statusmails til [Ambulancevirksomhed A]. Det skete blandt andet den 26. september 2014, hvor en medarbejder hos [Kommunikationsbureau A] sendte en statusmail til [Klager] med oplistning af "allerede iværksatte kommunikationsaktiviteter, kommunikationsaktiviteter under udvikling/udarbejdelse og planlagte kommunikationsaktiviteter."

I mailen oplistedes også planlagte aktiviteter for den kommende uge samt timeestimat. Blandt punkterne var følgende:

> "Etablering af Facebook-kampagneside med ["Ambulanceredder og stifter af Facebook-gruppen "[Facebook-gruppen]""] (10 timer)".

Hertil svarede [Klager] følgende, som fremgår af Konkurrencerådets afgørelse, punkt 158, side 42:

> "Kære [medarbejder i [Kommunikationsbureau A]] Tak for dit grundige svar – det sætter jeg meget pris på. Det gav mig den samlede afklaring, jeg savnede. [...]. Mange hilsner ["Kommunikationschef E"]"

Berlingske mener på den baggrund, at der er fuld dækning for at skrive, at [Klager] godkendte Facebook-aftalen, også selv om andre i [Ambulancevirksomhed A] måtte have bemyndigelsen til den økonomiske godkendelse af aktiviteten. Hvorvidt det er [Klager], der har godkendt Facebook-indsatsen, fremgår ikke af afgørelsen, men det er i afgørelsen helt klart, at [Klager] har udtrykt tilfredshed med aktiviteterne i Facebook-gruppen. Samtidig er der intet sted i afgørelsen, hvor det fremgår, at [Klager] skulle tilbage til direktionen for at have en godkendelse.

2.1.2 Forelæggelse
2.1.2.1 Artiklen "Ny redegørelse slår fast: [Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"
Berlingske har oplyst, at Berlingskes forelæggelse for [Klager] skal ses i den sammenhæng, som den påklagede artikel blev publiceret i.

Konkurrencerådet offentliggjorde den 8. august 2019 en afgørelse med de oplysninger, hvorpå Berlingskes journalistik bygger. Det var en historie, der havde fælles interesse for en række medier, og hvis indhold derfor under alle omstændigheder snarligt ville komme til offentlighedens kendskab.

Den 9. august 2019 kontaktede Berlingskes journalist [Journalist A] via SMS kl. 12.39 [Klager] og foreholdt ham de oplysninger, som Berlingske agtede at skrive på baggrund af oplysningerne i Konkurrencerådets afgørelse. Journalisten oplyste sidst i SMSen, at [Klager] var velkommen til at ringe inden kl. 15 samme dag.

Den relativt korte tid – der ikke er ualmindelig i den type situationer – skal naturligvis ses i lyset af, at der var tale om en fælles historie for alle medier og en afgørelse, hvis indhold alle havde adgang til. En frist på få timer i forhold til at kommentere indholdet af en afgørelse, der som nævnt allerede var offentligt tilgængelig, og på hvilken Berlingskes artikel af 9. august 2019 byggede på, er absolut inden for skiven og ikke udtryk for, at Berlingske har forhastet sig eller er gået på kompromis med kvaliteten.

Berlingske har endvidere oplyst, at Berlingske i de forgangne måneder forud for artiklens offentliggørelse gentagne gange havde været i kontakt med [Klager] via SMS, hvor han gjorde gældende, at han – grundet sin tavshedspligt over for sin tidligere arbejdsgiver, [Ambulancevirksomhed A] – ikke kunne kommentere forløbet. [Klager]s foreløbigt eneste kommentar til hele forløbet publicerede han på sin Facebook-profil den 4. februar 2019. [Klager] har siden meddelt journalist [Journalist A] via SMS, at han ikke havde mulighed for at kommentere forløbet ud over det, han havde skrevet på Facebook.

Det var således en rimelig antagelse om, at [Klager] ikke ville have mulighed for at kommentere sagen, eftersom han var – og fortsat er – bundet af sin tavshedsklausul med [Ambulancevirksomhed A], hvilket den relativ korte svartid skal ses i lyset af. Alligevel gav Berlingske naturligvis [Klager] muligheden for at kommentere indholdet af Konkurrencerådets afgørelse.

Berlingske modtog aldrig et svar fra [Klager] på henvendelsen den 9. august 2019. Herudover har spørgsmålet om forelæggelse – i modsætning til flere af de øvrige klagepunkter til Pressenævnet – ikke før nu været til genstand for en klage til Berlingske.

Sammenfattende er det Berlingskes vurdering, at der er sket behørig forelæggelse forud for artiklens offentliggørelse.

2.1.2.2 Indlægget "Indlæg: Berlingskes omtale af [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sag"
Berlingske har anført, at det er Berlingskes klare vurdering, at forelæggelse ikke var nødvendig, da Berlingskes redaktionelle bemærkninger til [Klager]s tekst bygger på indholdet af Konkurrencerådets afgørelse, som havde været kendt i mere end to uger.

Derudover havde [Klager] meddelt, at han ikke havde mulighed for at kommentere forløbet, og [Klager] vendte aldrig tilbage, da Berlingske i første omgang omtalte Konkurrencerådets afgørelse og bad om en kommentar fra ham. [Klager]s tekst tog endvidere udgangspunkt i en række fejlagtige påstande om Berlingskes journalistik.

3 Pressenævnets begrundelse og afgørelse:
I sagens behandling har følgende nævnsmedlemmer deltaget:
Jesper Rothe, Jørn Mikkelsen, Lene Sarup og Marlene Borst Hansen.

3.1. Genmæle
3.1.1 Mangelfuld opfyldelse af anmodning om genmæle af 15. august 2019
[Klager] har klaget over, at genmælet er offentliggjort i strid med medieansvarslovens § 39, stk. 2, idet Berlingske bragte genmæleteksten som et indlæg, hvortil Berlingske bragte redaktionelle bemærkninger i umiddelbar forbindelse hertil, som indeholder meninger/vurderinger.

Det fremgår af medieansvarslovens § 36, stk. 1, at en anmodning om genmæle i massemedierne over for oplysninger af faktisk karakter, som er egnet til at påføre nogen økonomisk eller anden skade af betydning, og som er bragt i et massemedie, skal tages til følge, medmindre oplysningernes rigtighed er utvivlsom.

[Klager] anmodede den 15. august 2019 Berlingske om at bringe følgende genmæle:

> ”Genmæle
> Berlingskes omtale af [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sag
> Berlingske bragte den 9. august på nettet (og igen den 12. august i papiravisen) en artikel af journalisterne [Journalist A] og [Journalist B], der indeholder faktuelle fejl om [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sagen. Artiklen giver et forkert billede, som der her skal tages til genmæle imod.
> [Klager] er personligt hverken sigtet, tiltalt eller dømt for at have begået noget ulovligt. Alligevel skriver Berlingske i artiklen:
> ”Konkurrencestyrelsen har i sin afgørelse kritiseret, at [Ambulancevirksomhed A]s kampagne blev udført »i armslængde«, hvormed der menes, at [Ambulancevirksomhed A] ikke skulle kunne identificeres som initiativtager til de forskellige aktiviteter. Også den del af ulovlighederne bidrog [Klager] til.”
> Det er faktuelt forkert, at [Klager] har bidraget til ulovligheder.
> Konkurrencestyrelsen skriver i resumeet af sagen (pkt. 31 – 33):
> ”31. De understøttende aktiviteter bestod i, (i) at [Ambulancevirksomhed A] efter at have tabt Udbuddet vedtog en kommunikationsstrategi, som blev fastlagt og udmøntet i en såkaldt ”Masterplan” og implementeret af [Ambulancevirksomhed A], (ii) at [Ambulancevirksomhed A] klagede til Klagenævnet for Udbud over Region Syddanmarks beslutning om at tildele ambulancekontrakterne til bl.a. [Ambulancevirksomhed B], samt (iii) at [Ambulancevirksomhed A] meddelte [Ambulanceredderne], at der efter tabet af Udbuddet ikke ville ske afskedigelser, samt tilbød andre stillinger.
> 32. Disse understøttende aktiviteter er ikke genstand for misbrugsvurderingen i denne sag.
> 33. Det skal understreges, at virksomheder selv sagt lovligt kan konkurrere om bl.a. at tiltrække og fastholde medarbejdere med henblik på at styrke deres egen forretning og placering i markedet. Ligeledes kan virksomheder lovligt indgå aftale med et PR-bureau og fastlægge en kommunikationsstrategi fx med henblik på at vinde kunder i markedet. Det gælder også for dominerende virksomheder.”
> Journalisterne [Journalist A] og [Journalist B] er klar over, at [Klager] i et Facebookopslag klart har tilkendegivet, at han personligt har overholdt alle regler og love

i forbindelse med sit job i [Ambulancevirksomhed A]. Berlingske vælger alligevel at viderebringe udokumenterede påstande om involvering i ulovligheder uimodsagt i artiklen.
Præmissen i Berlingskes historie er, at kommunikation i armslængde er ulovlig, hvilket også er forkert – mens der bestemt kan være etiske problemer i, hvordan armslængde håndteres. Kommunikation i armslængde kan forstås på to måder:

- som faglig armslængde, hvor fx en revisor eller en konsulent udarbejder en analyse eller noget research – som, selvom arbejdet er betalt af en opdragsgiver, alligevel kan præsenteres med en faglig uafhængighed i armslængde af opdragsgiveren.
- som armslængde i strid med kommunikationsbranchens etiske regler, hvor opdragsgiveren er skjult.

Berlingske har valgt at se bort fra centralt materiale i sagen, som dokumenterer, at [Klager] netop understregede over for kommunikationsbureauet, at dette skulle overholde alle regler og gældende etiske retningslinker. Det fremgår af en mail gengivet i Konkurrencestyrelsens rapport, at [Klager] til kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau A] skrev følgende:
”Som vi også lige talte om i telefonen, er det klart, at det er afgørende for os – som vi understregede, da vi skrev kontrakt med jer – at vi overholder alle gældende etiske retningslinker i vores samarbejde. Der er et par uheldige formuleringer i nedenstående, som jeg forstå, beror på misforståelser – bare så vi i vores dialog er helt præcise om, at vi arbejde efter alle gældende regler og retningslinker. Hvis I vil bekræfte det.”
Bureauet bekræftede – som [Klager] havde krævet – samme dag, at alle regler ville blive overholdt, jf. konkurrencestyrelsens rapport pkt. 179 og 180.
Det er således i strid med sagens fakta, når Berlingske vælger ikke at omtale netop denne afgørende e-mail i gennemgangen af [Klager]s rolle i sagen. Det er derfor også faktuelt forkert, når det af Berlingskes artikel fremstår som om [Klager] ville bifalde, at kommunikationsindsatsen skulle foregå på en måde, hvor [Ambulancevirksomhed A]s involvering ville være skjult for aktører, der blev kontaktet om sagen.
Dette fremgår i øvrigt også af en af de e-mails, som Berlingske citerer i artiklerne og derfor kender. Avisen skriver:
”På et tidspunkt spurgte en [Kommunikationsbureau A]-medarbejder, hvordan bureauet skulle præsentere sig, når man eksempelvis henvendte sig til medier og politikere.
»Apropos fortrolighed skal vi lige have en afklaring af, hvordan vi kan præsentere os – er det sådan, at der skal være 100% fortrolighed eller må vi sige, at vi laver pressearbejde for jer?,« …
Til det svarede [Klager]:
…
»Fx vil det bero på en vurdering af relationer. Det vil være vigtigt, at vi går lokalt via vores folk frem for nationalt. Fx bedst, at vores lokale folk kontakter journalist eller patientgruppe. Og så kan vores folk sige, at de har bedt [Kommunikationsbureau A] om at lave noget research, analyse osv. på en sag,”

> [Klager] skriver tydeligt, at [Ambulancevirksomhed A]s egne folk skal kontakte journalister såvel som andre aktører og sige åbent, at [Ambulancevirksomhed A] har engageret [Kommunikationsbureau A] til opgaven.
> Berlingske støtter sin beskyldning om, at [Klager] har medvirket til ulovligheder, på, at [Klager] i en mail skriver, at noget af den pågældende kommunikationskonsulents indsats skal foregå "under radaren". Herved forstås medieradaren – at en del af konsulentens arbejde er research, direkte dialog med aktører osv. som ikke retter sig imod at indgå i medierne. Det er helt normalt kommunikationsarbejde, der ikke er retsstridigt.
> Dermed står det også klart, at der ikke er faktuel dækning for Berlingskes rubrik og underrubrik på artiklerne. Avisen skriver:
> "Ny redegørelse slår fast: [Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne
> Konkurrencestyrelsen har sat navne og titler på de kommunikationsbureauer og [Ambulancevirksomhed A]-ansatte, der spillede hovedrollerne i den ulovlige smædekampagne mod konkurrenten [Ambulancevirksomhed B]…"
> Dette er jf. ovenstående gennemgang misvisende."

Berlingske bragte den 21. august 2019 [Klager]s genmæletekst under overskriften *"Indlæg: Berlingskes omtale af [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sag"* på Berlingskes netavis berlingske.dk og i Business-sektionen, sektion 2, side 3 i den trykte udgave af Berlingske. Berlingske bragte i tilknytning hertil følgende redaktionelle bemærkninger:

> *"Svar fra Berlingske:*
> Efter at have læst advokat [Advokaten]s indlæg på vegne af [Klager] har Berlingske følgende svar på kritikpunkterne.
> 1) Berlingske kan ikke dokumentere, at [Klager] har bidraget til ulovligheder.
> SVAR: Konkurrencestyrelsen omtaler [Ambulancevirksomhed A]s adfærd som ulovlig (side 7 i Konkurrencestyrelsens rapport), og sagen er i dag overdraget til politiet. Men styrelsens rapport forholder sig til [Ambulancevirksomhed A] og behandler ikke, hvilke personer der har ansvaret. Det er derfor misvisende, at Berlingske skriver, at [Klager] »bidrog til ulovlighederne«, fordi styrelsen ikke tager stilling til, om [Klager] begik ulovligheder. Berlingske beklager fejlen.
> 2) Berlingske har valgt at se bort fra centrale dele af materialet i sagen, hvor [Klager] understreger, at kampagnen skal følge reglerne.
> SVAR: Det er korrekt, at [Klager] skriver, at kampagnen skal følge reglerne. Det sker pludselig og ni måneder efter (19. marts 2015), kampagnen begyndte. Da [Klager] tidligere i forløbet er stærkt aktiv i kampagnen, og muligvis pludselig fortryder den, er en anden historie, som artiklen ikke handler om.
> 3) Berlingske citerer en mail, hvor [Klager] skriver, at indsatsen skal foregå »under radaren«. Det er helt almindeligt i [Klager]s verden, lader advokat [Advokaten] forstå, og han mener, at Berlingske bruger formuleringen til at understøtte, at [Klager] har gjort noget ulovligt.
> SVAR: Det er et svar, [Klager] sender tilbage på en mail, hvor han roser arbejdet med at finde »baggrundspapir« om [Ambulancevirksomhed B]s bestyrelsesformand,

> ligesom han udtrykte glæde over aktiviteterne i Facebook-gruppen (side 53 i Konkurrencestyrelsens rapport). Alt sammen noget som styrelsen kritiserer [Ambulancevirksomhed A] for.
> 4) Der er ikke dækning for Berlingskes overskrift: »[Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne«.
> SVAR: Det afviser Berlingske. [Klager] optræder 62 gange i styrelsens rapport og på steder, der viser, at han er helt afgørende for kampagnen. Det er gang på gang ham, der godkender og nogle tilfælde opildner til, at kampagnen udviklede sig, som den gjorde.
> Eksempler på det kan læses i Konkurrencestyrelsens rapport. Det drejer sig blandt andet om, at (1) [Klager] er med til at hyre kommunikationsbureauet [Kommunikationsbureau A] (side 32), (2) han er med til at ansætte den selvstændige kommunikationskonsulent [Kommunikationskonsulenten] (side 35), (3) han kommer med en række konkrete forslag til, hvem kampagnen skal ramme (side 36), (4) han opfordrer til at få kampagnen hurtigt i gang (side 36), og han godkender forslag fra [Kommunikationsbureau A] om at udvikle pressehistorier om [Ambulancevirksomhed B], researche på [Ambulancevirksomhed B] i Holland, kontakte politikere i Region Syd og oprettelse af en Facebookgruppe (side 42)."

Pressenævnet finder, at oplysningen i Berlingskes artikler af 9. og 12. august 2019 om, at [Klager] "bidrog til ulovlighederne" har karakter af en faktisk oplysning, som ikke er dokumenteret som utvivlsomt rigtig. Berlingske har erkendt, at formuleringen er misvisende og bragte den 21. august 2019 følgende rettelse i sektion 1, side 2 i den trykte udgave af Berlingske:

> "Mandag den 12. august bragte Berlingske artiklen »[Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne«. Det fremgik af artiklen, at [Ambulancevirksomhed A]s tidligere kommunikationschef [Klager] har »bidraget til ulovligheder«. Den formulering er misvisende, eftersom [Klager] hverken er sigtet eller dømt for at have gjort noget ulovligt. Berlingske beklager fejlen."

Berlingske indsatte samme dag følgende rettelse fremhævet med kursiv i slutningen af den påklagede artikel bragt på netavisen:

> "Det fremgik af en tidligere version af artiklen, at [Klager] har »bidraget til ulovligheder«. Den formulering er misvisende, eftersom [Klager] hverken er sigtet eller dømt for at gjort noget ulovligt. Berlingske har rettet formuleringen og beklager fejlen."

Af medieansvarslovens § 39 fremgår det, at genmælet skal offentliggøres vederlagsfrit og uden unødig forsinkelse og bringes på en så fremtrædende måde, som det efter omstændighederne med rimelighed kan forlanges. Redaktionelle bemærkninger i umiddelbar tilslutning til offentliggørelsen skal indskrænkes til faktiske oplysninger.

Nævnet finder endvidere, at offentliggørelsen af indlægget *"Indlæg: Berlingskes omtale af [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sag"* af 21. august 2019, som gengiver genmælet, som der var anmodet om, i fuld tekst, ikke opfylder kravene i medieansvarslovens § 39 til et genmæle. Nævnet har lagt vægt på, at de redaktionelle bemærkninger, som blev bragt i forlængelse af genmæleteksten, går ud over redaktionelle faktiske oplysninger.

Berlingske har, uanset at det af [Klager] v/ advokat [Advokaten] indsendte genmæle ikke umiddelbart opfylder kravene til et genmæle, ved at bekræfte, at indlægget ville blive bragt som et genmæle, påtaget sig at offentliggøre et genmæle i overensstemmelse med medieansvarslovens § 39. Pressenævnet udtaler kritik af Berlingske herfor.

Da oplysningen om, at [Klager] "bidrog til ulovlighederne" er egnet til at påføre [Klager] skade af betydning, og da det af Berlingske bragte indlæg ikke opfylder kravene til et genmæle, er [Klager] berettiget til at få bragt et genmæle over for oplysningen. Berlingske bragte umiddelbart efter en rettelse af den krænkende formulering. Denne meget kortfattede rettelse kan imidlertid ikke træde i stede for et genmæle, og nævnet finder efter en samlet vurdering, at [Klager] er berettiget til at få bragt et genmæle i overensstemmelse med medieansvarslovens regler.

Nævnet finder endvidere, at oplysningerne om kommunikation i "armslængde" og aktiviteter "under radaren" har karakter af faktiske oplysninger. Nævnet finder det imidlertid på baggrund af oplysninger fra Konkurrencerådets afgørelse af 30. januar 2019 dokumenteret, at en stor del af [Ambulancevirksomhed A]s ekskluderende aktiviteter blev udført i "armslængde", og at [Klager] selv har anvendt formuleringen "under radaraen" i en mail til kommunikationskonsulenten.

3.1.2 Afvisning af anmodning genmæle 28. august 2019
[Klager] har klaget over, at Berlingske har afvist at bringe hans genmæletekst. Af genmæleteksten fremgår følgende:

> "Andet genmæle
> Berlingskes omtale af [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sag
> Berlingske bragte den 9. august på nettet og igen 12. august i printavisen artikler med en række faktuelle fejl om [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sagen. Jeg krævende genmæle i medfør af medieansvarsloven, hvilket chefredaktøren gav tilsagn om at publicere sammen med en redaktionel bemærkning, hvor Berlingske ville beklage sine fejl.
> Berlingske bragte i papiravisen onsdag den 23. august genmælet – dog deklareret som et "indlæg" under opinion i mit navn; og avisen bragte i tilknytning til indlægget derudover en redaktionel kommentar. Den redaktionelle kommentar havde ikke været forelagt [Klager], sådan som de presseetiske regler ellers foreskriver det, og de indeholdt desværre yderligere faktuelle fejl. Derfor dette andet genmæle.
> *Den grundlæggende forkerte præmis i Berlingskes artikler*

Berlingske baserer sin omtale af [Klager] på Konkurrencestyrelsens rapport, der konkluderer, at [Ambulancevirksomhed A] har overtrådt konkurrenceretlige regler.
Denne rapport omtaler en række kommunikationsaktiviteter, men Konkurrencestyrelsen understreger selv udtrykkeligt i rapporten (pkt. 32), at styrelsen ikke har vurderet disse aktiviteter som værende retsstridige. Det er derfor faktuelt forkert, når Berlingske i sine artikler bibringer sine læsere det indtryk, at rapporten viser, at [Klager] har handlet i strid med gældende regler.
Nye forkerte påstande
Rubrikken "Svar fra Berlingske" indeholder fire såkaldte "svar" – herunder som det første den bebudede undskyldning, idet Berlingske erkender, at avisen ikke havde dækning for at have skrevet, at [Klager] havde medvirket til ulovligheder.
Rubrikken indeholder imidlertid yderligere 3 "svar", som ikke havde været bebudet af chefredaktøren.
Disse 3 svar indeholder yderligere faktuelt forkerte oplysninger:
"Svar Punkt 2"
Berlingske skriver i punkt nr. 2: "Det er korrekt, at [Klager] skriver, at kampagnen skal følge reglerne. Det sker pludselig og ni måneder efter (19. marts 2015), kampagnen begyndte." Dette er faktuelt forkert og i strid med bl.a. mailen fra 19. marts 2015 fra [Klager] gengivet i Konkurrencestyrelsens rapport – som det første genmæle også henviser til, og som Berlingske derfor kender.
I mailen skrev [Klager] til kommunikationsbureauet: "Som vi også lige talte om i telefonen, er det klart, at det er afgørende for os – som vi understregede, da vi skrev kontrakt med jer – at vi overholder alle gældende etiske retningslinjer i vores samarbejde. Der er et par uheldige formuleringer i nedenstående, som jeg forstår, beror på misforståelser – bare så vi i vores dialog er helt præcise om, at vi arbejder efter alle gældende regler og retningslinjer…".
Det fremgår således direkte af e-mailen, at [Klager] allerede i forbindelse med indgåelsen af kontrakten mellem [Ambulancevirksomhed A] og kommunikationsbureauet understregede, at alle regler og etiske retningslinker skulle overholdes ifbm. arbejdet. Kommunikationsbureauet har altså i kontrakten skrevet under på, at de vil overholde alle regler og retningslinjer.
[Klager]s fokus på, at de etiske retningslinjer skal overholdes, fremgår desuden af e-mail af 18. september 2014, som Berlingskes journalister også kender.
Det er derfor faktuelt forkert og vildledende, når Berlingske i sit såkaldte "svar" skriver, at [Klager]s understregning af, at reglerne skal følges, sker "pludseligt og ni måneder efter" kommunikationsindsatsen er påbegyndt.
"Svar Punkt 3"
I Berlingskes svar 3 henvises fejlagtigt til, at [Klager] "… roser arbejdet med at finde »baggrundspapir« om [Ambulancevirksomhed B]s bestyrelsesformand, ligesom han udtrykte glæde over aktiviteterne i Facebook-gruppen (side 53 i Konkurrencestyrelsens rapport)…" Dette er faktuelt forkert.
I [Klager]s svar står der: "Tak for en rigtig god opdatering… – og rigtig godt arbejde. Det er præcis det her lidt under radaren, men alligevel på pulsen, vi har brug for i den her fase! Fortsæt endelig den gode indsats – og så må vi på det kommende møde vende, hvordan vi håndterer den kommende milestone."

Mailen kvitterer for, at oplægget er godt som afsæt for videre bearbejdning bl.a. på et kommende møde. [Klager] forholder sig ikke til de enkelte elementer, hvoraf det i øvrigt heller ikke var alle, der blev benyttet i den videre aktive kommunikationsindsats.
"Svar Punkt 4"
Berlingske fastholder i "svaret" sin misvisende overskrift »[Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne«, uden der redegøres for eller er dokumentation for den påståede ulovlighed i kampagnen.
Berlingske kommer i dette svarpunkt med en række påstande om, hvad [Klager] skulle have bidraget til.
Ingen af påstandene omhandler noget ulovligt, og ingen af påstandene giver derfor grundlag for beskyldninger eller antydninger om, at [Klager] har overtrådt hverken juridiske eller etiske regelsæt.
Derimod indeholder påstandene en række faktuelle fejl. Her skal nævnes:

- Berlingske skriver om [Klager], at "han kommer med en række konkrete forslag til, hvem kampagnen skal ramme (side 36)". Det er forkert – der står intet om at ramme nogen i de mails, der refereres til.
- Berlingske skriver, at [Klager] er med til at ansætte en selvstændig kommunikationskonsulent. Det er faktuelt forkert. Som det fremgår af Konkurrencestyrelsens rapport ønskede kommunikationsbureauet at engagere yderligere en konsulent til at bistå bureauet. Dette accepterede [Ambulancevirksomhed A]. [Klager] havde ikke hverken mandat eller budgetansvar i forhold til at ansætte den nævnte konsulent – ligesom [Klager] ikke har skrevet under på nogen kontrakt om ansættelse af vedkommende. Der er derfor i sagens natur heller ikke dokumentation for, at [Klager] var med til at ansætte den pågældende – hverken i kildematerialet gengivet i Konkurrencestyrelsens rapport, eller i det materiale vedrørende sagen, som styrelsen har valgt ikke at gengive i rapporten.
- Berlingske skriver, at [Klager] godkender forslag fra konsulentbureauet om oprettelse af en Facebookgruppe. Det havde [Klager] ikke beføjelser til at gøre, og det er også faktuelt forkert. Det er der derfor heller ikke dokumentation for – ej heller på side 42 i Konkurrencestyrelsens rapport, som Berlingske henviser til.

Efter medieansvarsloven skal redaktionelle kommentarer i tilknytning til et genmæle indskrænkes til faktuelle oplysninger. Og disse skal være korrekte, hvilket desværre ikke blev opfyldt af Berlingske i forbindelse med første genmæle."

Pressenævnet finder, at [Klager]s genmæletekst i det væsentlige indeholder vurderinger og kommentarer til de af Berlingske offentliggjorte oplysninger, og at teksten ikke er begrænset til de nødvendige faktiske oplysninger. Allerede derfor finder nævnet, at Berlingske var berettiget til at afvise at bringe teksten som et genmæle efter medieansvarslovens regler. [Klager] er herefter ikke berettiget til at få bragt genmælet.

3.2 Forelæggelse

3.2.1 Artiklen "Ny redegørelse slår fast: [Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"
[Klager] har klaget over, at han ikke er blevet forelagt substansen i beskyldningerne imod ham, samt at der ikke var sket forelæggelse i rimelig rid.

Det følger at de vejledende regler for god presseskik, at 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, jf. punkt A.3.

På baggrund af sagens oplysninger har Pressenævnet lagt til grund, at [Klager] i perioden fra den 1. september 2014 til den 31. januar 2016 var ansat i [Ambulancevirksomhed A] som direktør for borgervendte ydelser og efterfølgende som chef med ansvar for en række af [Ambulancevirksomhed A]s kunderelationer uden for Danmark.

Nævnet har endvidere lagt til grund, at Konkurrencerådet den 30. januar 2019 traf afgørelse om, at [Ambulancevirksomhed A] har misbrugt sin dominerende stilling på det danske marked for ambulancetjenester ved at have fastlagt og implementeret en strategi om at ekskludere konkurrenten [Ambulancevirksomhed B] fra ambulancekørsel i Region Syddanmark, som ikke er udtryk for almindelig konkurrence på ydelser ("competition on the merits"), og som er egnede til at begrænse konkurrencen. Nævnet har i den forbindelse lagt til grund, at [Klager] optræder som "Kommunikationschef E" i afgørelsen.

Nævnet har herudover lagt til grund, at Berlingske den 9. august 2019 kl. 12:39 sendte følgende SMS til [Klager]:

> "Hej [Klager], håber du har en god sommer. Går ud fra du har set, Konkurrencestyrelsen har identificeret bureauerne såvel som jer [Ambulancevirksomhed A]-ansatte i deres opdaterede redegørelse. Vi kan se, at du er "E", [Person A] "D" og [Person B] "F". Det bekræfter jo i det store og hele, hvad vi skrev tidligere; nemlig at du spillede en central rolle i afviklingen af kampagnen, ligesom det fremgår, at [Person C] og [Person D] løbende nikkede til initiativerne. Vi samler lidt op på det i en artikel til i morgen, og du skal vanen tro have mulighed for en replik. Spørgsmålet er: Ændrer den her redegørelse noget ved den forklaring, du har givet? Er der noget i den opdaterede redegørelse, der vil overraske [Virksomheden]? Du er velkommen til at give et kald, ellers vil jeg gerne høre fra dig inden kl 15.
> Bh [Journalist A]"

Berlingske bragte herefter den 9. august 2019 kl. 17:20 artiklen *"Ny redegørelse slår fast: [Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"* på Berlingskes netavis berlingske.dk.

Pressenævnet finder, at oplysningen om, at [Klager] "bidrog til ulovlighederne", kan være skadelig, krænkende eller virke agtelsesforringende for [Klager]. Oplysningen burde derfor have været forelagt [Klager] forud for artiklens offentliggørelse.

Pressenævnet finder ikke, at [Klager] ved henvendelsen den 9. august 2019 kl. 12:39 med en svarfrist kl. 15:00 under de konkrete omstændigheder fik rimelig tid til at reagere i forhold til henvendelsen inden den fastsatte deadline. Det forhold, at også andre medier havde stor interesse for informationerne, kan ikke ændre på denne afgørelse. Nævnet har lagt vægt på, at artiklens overskrift henviser til [Klager]s stilling på tidspunktet for artiklens offentliggørelse, hvilket imidlertid er uden relevans i forbindelse med sagen om [Ambulancevirksomhed A]s misbrug af selskabets dominerende stilling.

Pressenævnet udtaler kritik af Berlingskes forelæggelse.

3.2.2 Indlægget "Indlæg: Berlingskes omtale af [Klager]s rolle i [Ambulancevirksomhed A]-sag"
[Klager] har klaget over manglende forelæggelse af Berlingskes redaktionelle bemærkninger, som blev bragt i tilknytning til indlægget.

Pressenævnet finder, at de redaktionelle bemærkninger fremstår som Berlingskes sammenfattende vurderinger på baggrund af de oplysninger, der er offentliggjort i Konkurrencerådets afgørelse af 30. januar 2019. Nævnet udtaler derfor ikke kritik.

Offentliggørelse af Pressenævnets kendelse
I medfør af medieansvarslovens § 49, jf. lovens § 39, pålægger Pressenævnet herefter den ansvarshavende redaktør af Berlingske at offentliggøre følgende til Pressenævnets logo som illustration:

"[rubrik]
Genmæle fra [Klager]

[tekst]
Berlingske omtalte i artiklerne *"Ny redegørelse slår fast: [Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"* og *"[Virksomhed]sdirektør var central i ulovlig [Ambulancevirksomhed A]-kampagne"* Konkurrencerådets afgørelse om, at [Ambulancevirksomhed A] misbrugte sin dominerende stilling til at ekskludere [Ambulancevirksomhed B]. Berlingske oplyste i den forbindelse, at [Klager] "bidrog til ulovlighederne". Den fremsatte påstand er ikke korrekt.
Pressenævnet har pålagt os at bringe ovennævnte meddelelse. Hele kendelsen fra Pressenævnet kan læses på pressenaevnet.dk"

I medfør af medieansvarslovens § 49 pålægger Pressenævnet endvidere den ansvarshavende redaktør af Berlingske at offentliggøre følgende til Pressenævnets logo som illustration:

"[rubrik]

Pressenævnet kritiserer Berlingske

[underrubrik]
Berlingske får kritik for kort svarfrist

[tekst]
I artikler bragt i august 2019 omtalte Berlingske Konkurrencerådets afgørelse om, at [Ambulancevirksomhed A] misbrugte sin dominerende stilling til at ekskludere [Ambulancevirksomhed B], herunder en tidligere [Ambulancevirksomhed A]-kommunikationschefs rolle. Den omtalte kommunikationschef har blandt andet klaget til Pressenævnet over, at der ikke var sket forelæggelse i rimelig tid. Pressenævnet kritiserer Berlingske for at give en for kort svarfrist. Pressenævnet har pålagt os at bringe ovennævnte meddelelse. Hele kendelsen fra Pressenævnet kan læses på pressenaevnet.dk"

For så vidt angår offentliggørelse af nævnets kendelse i papirudgivelsen skal offentliggørelse 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 (Berlingske har oplyst at ville offentliggøre kritik fra Pressenævnet øverst i førstkomne indlandsnotespalte i 1. sektion, med mindre der er tale om en egentlig historie, som får selvstændig omtale). Har mediet ikke en fast rettelsesspalte, skal offentliggørelse ske på det sted i mediet, der svarer til placeringen af den kritiserede artikel. Skrifttype og layout bør svare til den opsætning, der i øvrigt anvendes i mediet.

For så vidt angår offentliggørelse af nævnets kendelse på mediets digitale platforme, skal offentliggørelse ske som en selvstændig artikel, der prioriteres, f.eks. med placering på en forside i mindst et døgn efter genmælets og kritikkens offentliggørelse. Pressenævnets offentliggørelsestekst skal bringes uden reklamer i teksten.

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 "Genmæle fra [Klager]" og "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, som [Klager] har fået genmæle for, og hvor nævnet har udtalt kritik. Skrifttype og layout bør svare til den opsætning, der i øvrigt anvendes af mediet.