

BESLUT

SB 974/08

2008-12-22

Dnr: 285/08-20

SAKEN

Uppdrag granskning, SVT1, 2007-11-07 och 2008-03-19, inslag om ett företag som marknadsför webbproduktion och e-handelslösningar; fråga om opartiskhet, saklighet och respekt för privatlivet

BESLUT

Inslagen frias. Granskningsnämnden anser att de inte strider mot kraven på opartiskhet, saklighet och respekt för privatlivet.

INSLAGEN**Inslaget den 7 november 2007**

Inslaget, som rubricerades *Order by fax*, handlade om företaget Yellow Register och dess metoder att marknadsföra webbproduktion och e-handelslösningar. Inslaget påannonserades med följande ord: ”De har gjort precis det som samhället vill att de ska göra. De har startat eget. Men för många nyblivna småföretagare, många gånger handlar det om helt oerfarna ungdomar, kan kontakten med rutinerade och vältaliga telefonförsäljare bli dyrköpt. Vi har granskat ett företag som verkar använda lögnen som framgångsrik affärsmetod. Ett modernt bondfångeri...”

I det ca 30 minuter långa inslaget klipptes reportern MG:s berättelse om Yellow Register samman med kortare sekvenser från intervjuer med företrädare för fem mindre företag som var eller hade varit kunder till Yellow Register och sekvenser från en intervju med en företrädare för Yellow Register (AA). Inslaget innehöll även sekvenser från intervjuer med två anonyma säljare som tidigare arbetat hos Yellow Register, en IT-journalist och en jurist vid Konsumentverket. Reportern sa inledningsvis: ”Det här handlar om rättslösa småföretagare, en framgångsrik koncern och lögnen som försäljningsmetod. Och så en travhäst, men den kommer vi till senare.”

Kundärenden

Av reporterns berättelse och det stora antal filmsekvenser, i vilka kunderna berättade om sina erfarenheter, framkom i huvudsak följande beträffande de enskilda kundärendena.

Kund nr 1, en golfshop: Två företrädare för företaget intervjuades. I inslaget framkom att Yellow Registers säljare hade lovat dem att de inte behövde betala förrän de var nöjda med hemsidan, att de aldrig fått någon hemsida men fått en faktura. Den ena företrädaren sa: ”Vi godkände inte det som kom upp, det förslag de kom ut med, med tanke på att, först fel adress, fel karta, fel namn på företaget. Vi fanns inte med i någon som helst sökmotor som man hade lovat oss. I det här kontraktet fanns alltså att man skulle vara med på deras server och man skulle få support och man skulle få både det ena och det andra och det fanns ingenting alls. Och därför betalade vi helt enkelt inte.” Det framkom att tvisten gick till rättegång. Reportern sa: ”Yellow Register menar att det var [företrädarna] som inte skickade in material till hemsidan. Men där som i mycket annat står ord mot ord. Det tingsrätten och till slut hovrätten konstaterade var att eftersom de skrivit på ett kontrakt så gällde det och de tvingades betala.”

Kund nr 2, ett nystartat klädföretag: Det framkom att företagets företrädare ansåg sig ha blivit lovad en webbshop av Yellow Registers säljare, men att Yellow Register var av uppfattningen att de erbjudit honom en hemsida. I inslaget sa företrädaren: ”Den värsta sortens företag, de, ja de försörjer sig och tjänar pengar på att lura småföretagare.” Han uttryckte även missnöje med att ett löfte om att rankas högre vid sökning inte skulle ha infriats. Han sa också: ”Nu har det gått mer än ett år och de har fortfarande inte gjort det vi kom överens om på telefon. Och ändå så skickar de en faktura för att de vill ha betalt för två år till.”

Kund nr 3, en skönhetssalong i Vimmerby: Det framkom att företagets företrädare upplevt stress vid avtalsslutet och att hon var missnöjd med att hon inte sett något av den marknadsföring som utlovats vid säljsamtalet. Hon var även missnöjd med att hennes hemsida inte kom upp på sökmotorerna.

Kund nr 4, en butik: I början inslaget visades ett klipp där företrädaren sa: ”Jag känner mig bränd. Jag kommer inte att anlita något sådant här företag igen.” I slutet av inslaget sa reportern: ”[Namngiven person] fick ingen hemsida alls, trots att det gick fyra månader och hon hade betalat och skickat in material. Men när hon till slut ringde och sa att hon skulle vara med i *Uppdrag granskning*, så gav sig företaget.”

Kund nr 5, ett broderiföretag: Företrädaren för företaget sa att Yellow Registers säljare ringt henne ett stort antal gånger och att hon till slut upplevt sig pressad att skriva under avtalet. I samband med den del av inslaget som

handlade om avtalens uppsägningstid visades en sekvens med företagets företrädare som fick svara på reporterns fråga om hon inte har ansvar för vad hon skriver på. Hon sa: ”Ja, men jag tror att jag litar väldigt mycket på person. Så att jag, i och med att jag frågat honom rakt ut. Vi binder alltså inte upp oss på någonting annat än de här tolv månaderna? – Nej, säger han. Och det svaret betyder väldigt mycket för mig. Då litar jag på honom.” Senare i inslaget berättade reportern att kunden blev fri från sitt abonnemang när hon sa att hon skulle berätta sin historia för Sveriges Television.

Säljmanus

I inslaget uttryckte fyra av de intervjuade kundföreträdarna missnöje med att de i de inledande kontakterna med Yellow Register getts förespeglingen att de var utvalda att delta i ett marknadsföringssamarbete innebärande att de skulle få en hemsida producerad gratis mot att de ställde upp som referenskunder. En tidigare säljare hos Yellow Register, ”Lisa”, berättade att hennes chef gett henne ett säljmanus att ringa efter och det framkom av ”Lisas” berättelse att manuset gick ut på att kunden skulle få intrycket att de erbjöds en gratis hemsida värd 20 000–30 000 kr. En del av ett inspelat samtal mellan en person från Yellow Register som presenterade sig som projektchef och en av de medverkande kunderna spelades upp. I samtalet hördes projektchefen berätta att han skulle skicka ut säljare till Halmstad under -07 och -08 och att han behövde ett företag i området att samarbeta med. Projektchefen berättade att samarbetspartnern skulle få en helt kostnadsfri, riktigt professionell hemsida i utbyte mot att hans säljare fick visa upp och referera till den under ett år. Delar av ett samtal där en annan av *Uppdrag granskning*s reportrar utgav sig för att vara en presumtiv kund spelades också upp. Även i detta samtal sa Yellow Registers säljare att han behövde referensmaterial och i detta syfte var villig att ge bort en hemsida värd 30–40 000 kr. Mellan filmsekvenserna med kundföreträdare, säljare och de inspelade samtalen klipptes uttalanden från Yellow Registers företrädare AA in.

I inledningen av inslaget visades ett klipp där AA sa: ”Vi hade aldrig kunnat ha den typen utav så många kunder som ligger hos oss om vi inte jobbade seriöst.” Något senare visades ett klipp där hon sa: ”Om det finns ett fåtal kunder som du har träffat, som skulle vara missnöjda eller som har missuppfattat så är det djupt beklagligt, jättetråkigt och det är ingenting som vi står bakom.” AA förnekade förekomsten av säljmanus utöver det avtal som kunden skriver på. Efter att texten till säljmanuset visats i bild och dess innehåll lästs upp utspelades följande dialog: (Rep.) — Vi har ju då fått ta del av ett sådant här säljmanus, som du säger att ni inte har. Har du sett det här förut? (AA) — Vi har alltså inga säljmanus. Det finns säljare som har suttit och jobbat som har lagt upp sina egna typer utav samtal, på sina mejl och så vidare för... (Rep.) — Kan du läsa och se om det här stämmer? (AA) — Nej, vi står inte bakom några säljmanus över huvud taget på Yellow Register.

Reportern frågade AA hur hon visste att [uppgiften om säljmanus] inte stämmer. AA svarade: ”Alltså jag vet ju företagets policy och vi har etiska regler som alla säljare skriver på.” Senare visades AA:s svar på reporterns fråga om varför säljarna säger att de ska besöka kunderna på orten och visa upp hemsidan som referensmaterial. AA svarade att företaget inte har någon uppsökande verksamhet utan arbetar via telefon. På reporterns fråga om hur det kommer sig att Yellow Registers säljare säger så när de ringer svarade AA: ”Nej, jag tror inte att de säger att de åker ut. För vi har ingen uppsökande verksamhet över huvudetaget.”

Andra uppgifter från säljarna

Delar av en intervju med säljaren ”Petra” visades. Hon sa: ”Jag vet många som har blivit riktigt illa drabbade av det här. Många som lägger ner hela sitt liv på sitt lilla företag och som det gått riktigt illa för. Jag kan inte vara en del av detta.” Genom reporterns berättelse framkom även att Yellow Register arbetat under olika namn och att säljaren ”Petra” betraktade upplägget som medvetet för att lura på småföretagare ett dyrt kontrakt. ”Petra” sa: ”Tycker att verksamheten är på gränsen till kriminell. Våldigt, väldigt ohederlig verksamhet. De lurar kunderna. De lurar sina anställda. Många kommer dit och tror att det här är ett vanligt säljjobb där man kan tjäna bra med pengar och det kan man också. Men de får folk att säga saker som de tror är på riktigt och är inte medvetna om att de lurar folk. Sen är det ju frågan vad de gör när de förstår detta. Vissa väljer ju att sluta, helt enkelt, därför att de känner att de inte kan jobba kvar på ett företag som sitter och blåser folk helt enkelt på det sättet. Andra struntar i det och ser mera till vilka pengar de kan tjäna och försätter där.”

Efter sekvenser där två intervjuade kunder berättat om att säljarna pressat dem att snabbt skriva under avtalen och AA förnekat anklagelserna om hets vid försäljningen visades en sekvens från intervjun med säljarna ”Lisa” och ”Petra”. ”Lisa” sa: ”Då gäller att pressa kunden till att så fort som möjligt, egentligen skriva, faxes liksom ett avtal till kunden och få dem att skriva på det så fort det bara går och skicka tillbaka det. För när de väl har gjort det då har man ju säljet där.” ”Petra” sa: ”Helst ska det ske inom en timme och när kunden frågar varför så säger de att... ja det beror på att jag har en deadline, det här måste lämnas in nu. Vissa hävdar att de ska på tjänsteresa och att planet lyfter om två timmar.”

Sökmotoranmälan

I inslaget framförde tre av de intervjuade kunderna uppfattningen att löften om resultatet av sökmotoranmälan inte infriats. Reportern sa: ”Ett annat löfte handlar om att hemsidan ska vara lätt att hitta. Och försäljarna lovar att sidan ska rankas högt överallt, på alla sökmotorer.”

I en filmsekvens visades hur reportern och en av kunderna sökte på orden

”skönhetsvård” och ”Vimmerby” utan att få någon träff. I inslaget visades även en filmsekvens där en annan av *Uppdrag granskning*s reportrar, som utgav sig för att driva företaget Röd Jumper, talade i telefon med Yellow Registers säljare angående funktionen sökmotoranmälan. Säljaren besvarade reporterns frågor och sa: ”Sen står vi ju för att göra en sökmotoranmälan, sen har du obegränsat antal sökord. Du får garantera till din sida.... Du kan lägga upp hur många sökord som helst. Och varje gång någon söker då.... Röd, så kommer de, om du väljer sökordet röd, så kommer det upp på dig på Google då till exempel eller AltaVista eller Yahoo eller MSN då. Du lägger upp hur många sökord som helst.” Säljaren sa även: ”Och då är det viktigt när man ligger där ute att man har sökord och att man jobbar med någon som har ett avtal med de här sökmotorerna. Vilket gör att varje år betalar vi pengar och ganska stora summor pengar till de här stora sökmotorerna, för att våra kunder ska få en hög träffyta på de här.”

Reportern avslutade med att säga: ”Men det går inte att betala sig till bättre sökresultat på det här sättet, säger sökföretagen. Yellow Register medger då för oss att de bara anmäler sidan till sökmotorerna och sen länkar den från sin egen sida.”

Prisjämförelse

I samband med den del av inslaget som handlade om förekomsten av säljmanus sa reportern: ”Vi på *Uppdrag granskning* har granskat det och andra av företagets papper som vi fått ut. Och Yellow Registers säljare lovar att hemsidan är kostnadsfri. Att det är en referenssida som kommer visas upp för andra företag i trakten eller i samma bransch. Att de kommer att se till att sidan hamnar högt på alla sökmotorer. Att kunden inte behöver betala förrän den är nöjd och sidan ligger ute på nätet. Men verkligheten är en annan. För att få den så kallat kostnadsfria hemsidan måste man betala för vad som beskrivs som ett abonnemang på 590 kronor i månaden i ett år. I själva verket får man en årsräkning på 8 850 kr inklusive moms. Det är företagets ordinarie pris och det som får många att nappa, är att det beskrivs som en gentjänst för att säljaren ska få komma ut till ens ort och visa upp ens sida som referens.”

Reportern sa:”[...] IT-journalisten AR har bevakat branschen under flera år och har gjort ett årligt test av de 15 största webbhotellen. Vi ber honom att utifrån företagets eget produktblad värdera deras pris, 8 850 kr med hemsida.”

AR:s uttalanden klipptes samman med de svar Yellow Registers företrädare AA gav på reporterns frågor om tjänsten. Följande uttalanden visades i inslaget. (AR) — Vad jag har kunnat se om den tjänsten så är den mindre avancerad än konkurrenternas och följaktligen så borde den ju då vara ännu billigare än de billigaste i vår test. (Rep.) — Men AA säger att jämförelsen är helt irrelevant. (AA) — Nej, det är helhetslösningen hela vägen. Det är en komplett lösning där kunden får ett komplett prova-på-paket under tolv

månader. Där de inte behöver, så att säga, köpa till någonting för att få bästa service ute på internet. Det är det som vi levererar. (AR) — Men om man sätter det i sitt sammanhang och tänker då att de billigaste konkurrenterna kostar under 400 kronor för ändå en ungefär likvärdig tjänst och det är prisskillnad på 1000 procent, då tycker jag att man kan kalla det lite skevt. Jag skulle nog inte, jag är inte bekväm med att själv använda några rejäla styrkeord tror jag, men... nej det råder inget tvivel om att det är ett överpris, absolut.

Därefter sa reportern: ”Vi har kontaktat och intervjuat 37 kunder och 31 av dem har inte fått den hemsida eller webbshop som de utlovats per telefon.” Sedan visades fortsättningen av intervjun med AA. (Rep.) — Men vad säger du då till de kritiker som säger att det är så här, det är en väldigt enkel produkt, det är ett grovt överpris och ni överdriver och ljuger när ni säljer... (AA) — Det är en professionell produktion och ett avtal som en kund själv avgör om de så att säga vill tacka ja till... (Rep.) — Men om den muntliga presentationen är helt annorlunda än hur det sen blir? (AA) — Nej, det är inte helt annorlunda.

Uppsägning av avtalen och hänvisningar till Konsumentombudsmannen

Efter en sekvens där säljaren ”Lisa” intervjuats om reaktioner från missnöjda kunder sa reportern: ”För [tre namngivna kunder] har det dessutom blivit ännu mer pengar. För om man inte säger upp avtalet skriftligt och med rekommenderad post, minst tre månader innan avtalet löper ut, då förlängs det med två år till.” De tre kunderna uttryckte missnöje med detta. Två av dem fick frågor från reportern om de inte hade ansvar för vad de skriver på och om de inte läser ett papper innan de skriver på. Det framkom att kunderna litat på säljarna och att erbjudandet låtit bra.

Sedan reportern konstaterat att kunderna som privatpersoner hade haft andra möjligheter att komma ur avtalen sa hon: ”Flera kunder har polisanmält företaget. Men polisen har inte inlett förundersökning. Ord står mot ord och Yellow Register har dessutom kundens underskrivna avtal per fax att luta sig mot. Företagen kan naturligtvis själva gå till domstol och stämma Yellow Register. Men det är svårare att bevisa vad som utlovats muntligt.”

En sekvens från intervjun med AA visades. Hon sa: ”I ett företagsavtal som vi jobbar med, som nummer ett finns det ingen ångerrätt, det vet varje företagare. Man kan inte ringa till oss och säga hoppsan hejsan, jag beställde en... Jag skrev på ett avtal häromdagen och det ångrar jag.” Därefter sa reportern: ”Det är olagligt att ljuga när man säljer. Det är ett brott mot marknadsföringslagen och det är Konsumentombudsmannen som ska se till att den följs. Men han får inte hjälpa företagare.” En jurist vid Konsumentverket intervjuades. Han sa: ”Man får ju inte ljuga i syfte att lura någon och ingå ett avtal. Det är väl i princip så att det skulle rubriceras som bedrägeri

och därmed vara brottsligt.” Juristen sa även: ”Om det hade varit konsumenter så tror jag säkert att Konsumentombudsmannen hade varit intresserad. Vid en bedömning av bevisning så är det naturligtvis så att det är ju försvårande om det är ett stort antal människor som under ed uppger att precis samma sak inträffat.” Efter inklippta sekvenser med kundernas reaktioner sa reportern: ”[Kund 3] och [kund 2] betalar fortfarande på sina skulder till Yellow Register. Utan hemsidan som de trodde de blev lovade.”

Uppgifter om Yellow Registers ägare och vd SB

Efter en filmsekvens där AA guidat runt reportern i Yellow Registers lokaler sa reportern: ”Det här är bilden som företaget vill visa upp. På tio år har det vuxit till en hel koncern. Med tolv olika dotter- och dotterdotterbolag som omsätter omkring 120 miljoner. Nästan hela vinsten går till moderbolaget i Holland som ägs av vd:n SB.” Reportern fortsatte: ”SB är en anonym man, men desto mer känd är han i travkretsar eftersom han har en framgångsrik häst. Vi har sökt honom vid flera tillfällen, men han är på resande fot får vi veta.” I slutet av inslaget visades en filmsekvens där en av kunderna försökte ringa SB på hans direktnummer utan att få svar. Reportern sa avslutningsvis: ”I det här inslaget har vi mött [sex namngivna personer] efter att de faxat in den där beställningsordern, det påskrivna avtalet. Vi har träffat företagets säljare, som själva har berättat att det handlar om att snabbt få in det påskrivna faxet, för då har man säljet där. Företagets ägare och vd, SB, har vi inte fått prata med. Han som tills helt nyligen ägde en framgångsrik travhäst. Och vad hette då hästen?” Därefter visades bilder från ett travlopp där speakern sa: ”Den svenska favoriten nummer 9, Order by fax.”

Inslaget den 19 mars 2008

Det ca 26 minuter långa inslaget rubricerades *Uppföljning: Order by fax* och påannonserades med följande ord: ”För några månader sedan så sände vi ett reportage om hur småföretagare lurades att köpa dyra hemsidor. Vår reporter, MG, har fortsatt att granska hemsidesbranschen och bluffande telefonförsäljningsbolag.” Därefter följde MG:s berättelse. Hon sa: ”Det handlar om lurade småföretagare, avtal som är nästintill omöjliga att ta sig ur och två entreprenörer, två Boråskillar som kommit på hur många tusenlappar små blir en å. [...] I dag finns den ena av dem på Mallorca, den andre är internationellt efterlyst. Men det börjar här i Borås. Här startar SB 1992 ett företag som säljer annonser. Och han anställer PD. Och redan från början hör arga kunder av sig till Ekobrottsmyndigheten i Borås. [...] Tio år senare startar de varsitt företag som säljer hemsidor. Det ena är välkänt. I *Uppdrag granskning* i höstas berättade vi om SB:s företag Yellow Register. Det har vuxit till en koncern som verkar i hela Norden och som omsätter 120 miljoner kronor om året. Affärsidén är, som vi kunde berätta om i *Uppdrag granskning* i höstas, att få småföretagare att skriva på ett avtal om ett abonnemang på en hemsida.”

Reporterns berättelse illustrerades med porträttbilder av SB och PD och en bild av Yellow Registers kontor. Under berättelsen visades även bilder på AA som avböjde en intervju och en kort sekvens från en intervju med en utredare på Ekobrottsmyndigheten som sa: ”De skrev på någonting, så fick det inte det utlovade. Och sen har det fortsatt det här med annonser, tills han kom över på det här med hemsidor då.”

Intervju med tidigare säljare

Sedan delar ur *Uppdrag granskning*s reportage från den 7 november 2007 visats sa reportern: ”Efter att reportaget sändes har företaget fortsatt med sina säljmetoder, berättar många av de 124 missnöjda kunder som kontaktat oss. Dessutom har 33 anställda hört av sig och två vågar berätta öppet om sin tid på Yellow Register.” Två personer, SN och CB, som tidigare varit anställda som säljare hos Yellow Register berättade om sina erfarenheter. SN sa: ”Det är precis så här det var. Man skulle luras, ljuga, hitta på. [...] Verkligen stressa, det här med projekt ute i olika städer, branscher, det är bara påhitt alltihopa.” CB sa: ”Det är ju för att de ska känna sig utvalda. Så att det inte ska låta som att man säljer någonting. Jag är bara glad att det liksom kom ut, för att det är ju verkligen ett fruktansvärt sätt att lura folk på.” Därefter sa SN: ”Gärna lite äldre då, som inte riktigt hängt med när internetboomen var riktigt, utan inte helt hundra på vad det är för någonting. Samtidigt blir man ju arg för att den tiden jag jobbade där, så, det var sådan psykisk press, fruktansvärt var det.”

Produktion av hemsidor i Rumänien

Reportern sa: ”[...] Många kunder får någon sorts hemsida men den håller sällan vad försäljaren utlovat och efter vårt förra reportage har man dessutom flyttat hela programmeringen av hemsidor till Rumänien. Vi ringer Yellow Register för att fråga om detta.” Därefter spelades delar av ett telefonsamtal med AA upp, i vilket AA avböjde intervju och bad att få frågor på mejl. AA:s mejl visades i inslaget och en mansröst läste upp delar ur dess innehåll. Han sa: ”Rumänska webbdesigners är precis lika kompetenta som svenska” och ”Ingen skriver några texter där”. Därefter sa reportern: ”Men enligt de anställda vi har pratat med massproduceras sidorna i en mall och har ofta enkla stavfel som de här.” Reporterns berättelse illustrerades med fyra bilder på hemsidor med felstavad text.

Uppsägning av avtalen

Reportern sa: ”Det SB har byggt sin framgångsrika IT-koncern på är alltså avtalen. Det är abonnemang som binder kunder till 8 850 kronor om året och förlängs med två år till, om de inte sägs upp i tid. Det kan alltså landa på 26 550 kr. Och en centralt placerad anställd på Yellow Register vill berätta vad som händer när kunderna försöker säga upp sina avtal.” Därefter följde följande dialog mellan reportern och en tidigare anställd med det fingerade namnet ”Helene”. (”Helene”) — Kommer det en uppsägning med ett

rekommenderat brev så tar de hand om den. Men kommer det via mejl eller telefon eller fax, så låtsas de som att det inte har... (Rep) — Ni låtsas alltså som om det inte har kommit in? ("Helene") — Mm. (Rep) — Har du sett det här? ("Helene") — Ja, det har jag. (Rep) — Yellow Register säger att det är för kundernas säkerhet som de enbart accepterar uppsägningar med rekommenderad post. Och att inga brev slängs. "Helene" sa även: "Jag vet att det inte är ett helt ärligt företag. Och efter att ha jobbat så många år i det företaget, så vet jag hur det fungerar."

Uppgifter från Ekobrottsmyndighetens utredare m.m.

Reportern sa: "Det är inte olagligt att ta höga priser, bolla verksamheten mellan olika företag eller ha avtal som är svåra att ta sig ur. Men att ljuga när man säljer någonting, det är olagligt." I reporterns berättelse klipptes uttalanden av TY, utredare vid Ekobrottsmyndigheten, in. (TY) — Allt det här handlar om bedrägeri. Kunden skriver ju på något helt annat än man egentligen avtalat om. (Rep) — SB och hans många olika företag har alltså länge utretts av Ekobrottsmyndigheten. Men de har inte gått vidare (TY) — Om jag ska se till den verksamhet som bedrivs i dag med effektiv ekobrottsbekämpning så är det ju av underordnad betydelse. En enskild kund, ett bedrägeri. (Rep) — Vi försöker få tag på SB. Han deklarerar för en inkomst på 115 000 kronor i månaden och är skriven på sitt sommarhus i Varberg. Men varje gång vi söker honom är han utomlands. Och på nummerupplysningen hittar vi en adress på Palma de Mallorca. Men på den spanska mobilen svarar han inte."

Uppgifter i samband med berättelsen om Kicknick

Sedan det visats hur AA avböjde intervju på plats i Yellow Registers lokaler sa reportern: "Här lämnar vi Yellow, men efter vårt förra reportage fick vi många brev från kunder som utsatts för liknande och värre företag. Vi hittade en hel bransch med kriminella förtecken. [...] Minns ni SB:s gamle kollega PD? De jobbade ihop på ett annonsbolag på 90-talet och PD startade sedan ett eget bolag, Kicknick. Med samma affärsidé som Yellow. Det kom att bli ännu mer ökänt."

Reportern intervjuade "Lars", en av de anställda hos Kicknick. Hon sa: "En av de som haft en viktig position på företaget berättar att han och andra anställda kom från början från Yellow Register och gick sedan till Kicknick. ("Lars") — Så lärde jag dem knepen som jag hade lärt mig från cheferna då. Säljteknik kallades det. (Rep.) — Och vad var det för knep? ("Lars") — Faxar man över avtalet så körde man den genom en dålig kopianör först så de inte kunde läsa det finstiltat och hade de inte tillgång till fax eller e-mejl, så bad man dem sms:a in det. För då trodde kunden att de var fast vid avtalet. (Rep.) — Men du satt ändå och lurade folk? ("Lars") — Då kändes det inte så. Men där de inte fick sina produkter de hade beställt... Det var ju rent lurendrejeri alltså."

Reportern fortsatte sin berättelse och sa: ”Men PD:s affärsidé med Kicknick skiljde sig från Yellow Registers på en viktig punkt. De många företagen PD drev betalade inte in skatter, arbetsgivaravgifter och moms ordentligt. Och då agerade Ekobrottsmyndigheten med flera razzior.”

Den resterande delen av inslaget, ca 11 minuter, handlade om PD och Kicknick.

ANMÄLAN

Yellow Register och SB har anmält inslagen och anför i huvudsak följande.

Inslaget den 7 november 2007

Opartiskhet

Anmälarna anser att inslaget strider mot kravet på opartiskhet av följande skäl:

- Yellow Register hade vid tidpunkten då AA intervjuades inte kännedom om vilka kunder som framfört kritik mot företaget. Intervjun var kraftigt redigerad och gav intrycket att AA kommenterade enskilda kundärenden när hon i själva verket svarade på generella frågor.
- Yellow Register översände sin dokumentation kring bemötandet av de specifika kundärendena till *Uppdrag granskning*. Denna information redovisades inte i programmet där kundernas version dominerade.
- Yellow Register fick inte ta del av de inspelade säljsamtal som visades i programmet och fick därmed inte tillfälle att tydliggöra att de inspelade säljarnas säljmetoder inte är i linje med företagets policy.
- *Uppdrag granskning*s reporter har efter programmets sändning varit i kontakt med Yellow Registers kunder, kommenterat företagets produkter i negativa ordalag och gett kunderna råd om hur de ska agera för att häva avtalen.

Saklighet

Anmälarna anser att inslaget strider mot kravet på saklighet av följande skäl:

Kundärendena

- Uppgifter ur Yellow Registers loggbok visar att de kunder som framträtt i programmet och som till Yellow Register uppgett att de varit missnöjda med hemsidans utseende har erbjudits kompensation.
- Dröjsmål med färdigställande av hemsidorna har i flera fall berott på att kunderna inte i tid översänt efterfrågat material till Yellow Register.
- I ett fall där avtalet med kunden förlängts till följd av att Yellow

Register inte fått del av en påstådd uppsägning har man kommit överens om att kunden ska betala för sex månader i stället för 24.

- Det redovisades inte att såväl tingsrätten som hovrätten gett Yellow Register rätt i tvisten med golf företaget.

Prisjämförelsen

- Det är missvisande att göra prisjämförelser mellan Yellow Registers produkt och så kallade webb-hotell eftersom Yellow Registers produkt är avsevärt mer kraftfull och innehållsrik.
- Någon redogörelse eller konkreta belägg för att Yellow Register skulle ta ut överpriser ges inte.
- Yellow Register hänvisar till ett intyg från Excanto av vilket det framgår att Yellow Registers (Yreg) erbjudande är avsevärt mer kraftfullt och innehållsrikt jämfört med webb-hotell och att en jämförelse med Telia visar att Yellow Registers priser är klart konkurrenskraftiga och i vissa fall t.o.m. billigare.

Sökmotoranmälan

- Yellow Register hade i mejl till *Uppdrag granskning* utförligt beskrivit fördelarna med en så kallad sökmotoranmälan. Inga av dessa fördelar redovisas i inslaget. I stället sägs att Yellow Register ”medgett” att de ”endast” gör en sökmotoranmälan och länkar kunden till den egna sidan.
- De sökord som användes i försöket att hitta skönhets salongen var inte anmälda till Yellow Register.

Uppsägning av avtal och hänvisningar till Konsumentombudsmannen

- *Uppdrag granskning*s redaktion sände en intervju med Konsumentverkets jurist trots att Yellow Register inte säljer till konsumenter. En intervju med Svensk Handels säkerhetschef hade, enligt anmälarna, gett en mer nyanserad bild av företagets verksamhet.
- Det är missvisande att påstå att kunderna fortfarande ”betalar av sina skulder till Yellow Register” när det är fråga om att avtalstiden fortfarande löper med avtalsenliga förpliktelser för båda parter.

Inslaget den 19 mars 2008

Opartiskhet

Anmälarna anser att inslaget strider mot kravet på opartiskhet av följande skäl:

- Yellow Register fick inte bemöta uppgifter från de före detta anställda.

Saklighet

Anmälarna anser att inslaget strider mot kravet på saklighet av följande skäl:

Sammanblandning med andra aktörer?

- Både Yellow Register och SB sammanblandas på ett osakligt och missvisande sätt med andra aktörer i branschen. Medverkande i inslaget framställs som om de uttalar sig om Yellow Register och SB när de i själva verket talar om Kicknick och PD.
- Det anförs felaktigt att PD skulle vara en av männen bakom Yellow Register.
- Inslaget avseende Kicknick illustreras med bilder från Yellow Registers lokaler.
- En av de före detta anställda som intervjuas om säljmetoderna, "Lars", uppges ha haft en viktig position på Yellow Register. I själva verket har han endast arbetat där 14,5 timmar. Hans uttalande om säljknep avser cheferna på Kicknick.

Produktion av hemsidor i Rumänien

- Det är inte korrekt att Yellow Register flyttat hela sin produktion av hemsidor till Rumänien.

Respekt för privatlivet

- Påståendet att SB skulle vara kriminell och under utredning av Ekobrottsmyndigheten är grundlöst.
- En rad diffusa och insinuanta påståenden görs som förmedlar en missvisande och ensidig bild av Yellow Register och SB.
- Uppgifter om SB:s bostadsort misstänkliggörs och framställs som något oegentligt och ohederligt trots att fråga inte är om vare sig dolda eller kontroversiella förhållanden.

PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

Sveriges Television (SVT) anser att inslagen inte strider mot kraven på opartiskhet, saklighet eller respekt för privatlivet. Till stöd för sin talan anför SVT i huvudsak följande.

Opartiskhet

- SVT avvisar bestämt påståendet att Yellow Register inte skulle ha fått bemöta kritiken på ett adekvat sätt. I programmet [den 7 november 2007] avslöjades och granskades ett antal systematiska sätt att hantera kunder. Kritiken låg i att det inte handlade om enstaka fall, utan om konsekventa metoder gentemot kunderna. AA fick bemöta denna kritik.
- Att redaktionen tagit del av Yellow Registers svar och företagets egenhändigt upprättade loggböcker angående enskilda kunder är korrekt. I de fall kunderna och Yellow Register i väsentliga delar haft olika uppfattningar om händelseförloppet, valde redaktionen att redovisa detta i speakertexten i reportaget.

- SVT vill understryka att granskningen inte handlade om detaljer i diskussionerna mellan kunderna och Yellow Register, utan om skillnaderna mellan det kunderna hade uppfattat som löften från telefonförsäljarna och de faktiska villkoren i de kontrakt kunderna skrivit under.
- SVT anser att Yellow Register fått bemöta den kritik som framfördes av de anonyma säljare som framträdde i inslaget. Yellow Register ville ta del av intervjuerna, bland annat för att identifiera säljarna. SVT valde att inte låta företaget lyssna på intervjuerna. I stället redogjorde reportern för de uppgifter och den kritik som säljarna gav uttryck för. Den fick företaget kommentera.
- SVT har inte kunnat finna att reportern tar ställning någonstans i de sända reportagen.
- SVT vill understryka att de intervjuade kunderna i reportaget också fått kritiska frågor om deras agerande. Uppenbarligen har de trots allt skrivit under ett kontrakt, som de inte tagit del av innan de skrev på. Reportern frågar exempelvis: ”Det finns ju de som skulle säga att, ni har väl ansvar för vad ni skriver på?” och ”Du visste ju vad du gav dig in på, det stod 590 kronor i månaden. Man läser väl ett papper innan man skriver på?”
- I inslaget klargörs att de kritiserade uppsägningsvillkoren inte är olagliga. Det nämns att flera kunder har polisanmält Yellow Register men att polisen inte har inlett förundersökning. Det sägs i inslaget ”Ord står mot ord och Yellow Register har dessutom kundens underskrivna avtal per fax att luta sig emot”.

Saklighet

Uppgifter om försäljningsmetoder

- Till grund för de uppgifter som lämnades om Yellow Registers försäljningsmetoder ligger ett omfattande researcharbete med ett mycket stort antal intervjuer med kunder, före detta kunder, anställda, före detta anställda, intresseorganisationer och kunder. Uppgifterna är noggrant kontrollerade.
- Att Yellow Register inte skulle känna till förekomsten av de säljsamtal enligt de kontrakt AA konfronterades med i intervjun är anmärkningsvärt, då företaget under olika namn kritiserats för just säljmetoderna under lång tid innan *Uppdrag granskning* gjorde sitt reportage. Exempelvis publicerade Computer Sweden den 15 mars 2007 en artikel med ett säljmanus i sin helhet under rubriken ”Så övertalar Yreg sina kunder”.

Prisjämförelse

- I reportaget intervjuades AR som under de senaste tre åren gjort de största kartläggningarna av de svenska webbhotellen och hostingleverantörerna i tidningen Internetworlds stora webbhotelltest. Yellow Register har inte testats i denna kartläggning, men AR gjorde på redaktionens uppdrag en jämförelse där han gick igenom Yellow Registers eget material om vad som ingår i deras tjänst och gjorde en

prisjämförelse.

- I den utredning av Excanto som anmälaren bifogat anmälaren har Telia använts som jämförelse. Telia är en av de leverantörer som testats både 2007 och 2008 i Internetworlds undersökning. Båda dessa gånger har Telia utmärkt sig som den sämsta leverantören i testet.
- Anmälarens påstående att det inte kommer till uttryck i programmet att det inte går att jämföra Yellow Registers verksamhet med ett webbhotell är inte korrekt. Reportern säger: ”Men AA säger att jämförelsen är helt irrelevant” varpå AA säger: ”Nej, det är helhetslösningen hela vägen. Det är en komplett lösning där kunden får ett komplett prova-på-paket under tolv månader. Där de inte behöver, så att säga, köpa till någonting för att få bästa service ute på Internet. Det är det som vi levererar.” Prisfrågan berörs även vid ett senare tillfälle.

Sökmotoranmälan

- I programmet sägs ”Men det går inte att betala sig till bättre sökresultat på det här sättet säger sökföretagen.” Uppgiften att det inte går att betala sig till bättre sökresultat enligt beskrivningen har bekräftats av representanter för de stora sökmotorerna Google och Yahoo. Den nordiske marknadschefen vid det sistnämnda företaget säger dessutom att ”anmäla” ord till Yahoo inte är en metod som man kan använda för att få sina sidor att hamna högre i deras sökningar. Detta gäller även för Google som skriver på sin hemsida för webbplatsansvariga: ”Vi tilldelar inte sökord till webbplatser manuellt. Vi kan inte heller låta webbansvariga skicka in en lista med önskade sökord som ska visa deras webbplats.” Det är SVT:s uppfattning att formuleringen ”Yellow Register medger då för oss att de bara anmäler sidan till sökmotorerna och sedan länkar till den från sin egen sida” är en korrekt sammanfattning av den kommentar som ges i det mejl som anmälaren hänvisar till.

Sammanblandning av aktörer?

- I inslaget den 19 mars 2008 markerades tydligt i speakertexten när inslaget bytte fokus från Yellow Register till andra bolag genom att programledaren sa: ”Här lämnar vi Yellow, men efter vårt förra reportage fick vi många brev från kunder som utsatts för liknande och värre företag. Vi hittade en hel bransch med kriminella förtecken.”
- Anmälarens påstående att det anförs i programmet att PD skulle vara en av männen bakom Yellow Register är inte korrekt.
- När det gäller intervjuer med kunderna råder ingen tvekan om att de uttalar sig om Yellow Register när så anges i programmet. Likaså talar den anställda, kallad ”Helene” i inslaget, om Yellow Register när hon berättar om vad som händer när kunderna försöker säga upp sina avtal samt när hon, i egenskap av utomstående medverkande, ger uttryck för sin uppfattning att företaget inte är helt ärligt.
- Under intervjun med TY förde han långa resonemang som avsåg både SB och PD. När det gäller uppgifterna om att SB 1992 startade ett bolag som sålde annonser, att han anställde PD samt att arga kunder

hörde av sig redan från början har redaktionen noggrant kontrollerat med den oredigerade intervjun och funnit att man tolkat TY korrekt. Likaså avses SB:s verksamhet när TY talar om att kunden skriver på något helt annat än man avtalat om. När det däremot gäller TY:s uttalande ”Om jag ska se till den verksamhet som bedrivs i dag med effektiv ekobrottsbekämpning, så är det ju av underordnad betydelse. En enskild kund, ett bedrägeri.” är det möjligt att tolka intervjun som att TY just i denna del kan ha åsyftat SB:s och PD:s verksamheter sammantagna. Även om TY talar om bägge verksamheterna handlar det inte om någon förväxling.

- Den enda gång bilder blandas från Yellow Register och Kicknick är när källan ”Lars” berättar om hur han gick från Yellow Register till Kicknick. Det handlar således om en relevant illustration till det som sägs.
- Redaktionen har såväl muntliga bekräftelser, från andra personer, som skriftlig dokumentation som visar att den i programmet intervjuade källan ”Lars” är den han säger sig vara och har varit i de positioner på företaget som han uppger. SVT kan av hänsyn till sin grundlagsskyddade plikt att skydda sina källor inte gå närmare in på vilken typ av dokumentation som ligger till grund för dessa bedömningar.
- När det gäller de saker ”Lars” nämner i intervjun, nämligen att det var cheferna på Yellow Register som lärde ut ”säljknep” till de anställda, har redaktionen även andra belegg för att detta har skett på företaget. Exempelvis finns det dokumentation i form av band där samtal mellan chefer och anställda avslöjar att chefer tipsar om tveksamma säljmetoder.

Produktionsflytt till Rumänien

- Reportern har haft kontakt med tre källor angående produktionsflytten till Rumänien. Dessa personer var med vid möten när Yellow Registers dotterbolag, som sköter hemsidesproduktionen, sa upp sin personal. Företagsledningen ska vid detta tillfälle ha uppgivit att man flyttar hela produktionen till Rumänien. SVT hänvisar även till att AA skrivit följande i ett mejl till reportern den 29 februari 2008: ”Sedan ert förra program har vår nyförsäljning minskat till ca hälften, så vi måste dra ner på vår personal i Borås. Vår förhoppning är att våra medarbetare i Rumänien ska kunna hjälpa oss med den webbsidesproduktion som för närvarande behövs.”

Respekt för privatlivet

- De uppgifter som lämnats om SB i inslagen handlar om hans agerande som huvudägare och koncernchef för Yellow Register, ett företag som vid sändningstillfället hade 230 anställda och omsatte 170 miljoner kronor.
- Det har inte sagts i något av de anmälda programmen att SB är kriminell. Däremot sägs att hans företag granskats av Ekobrottsmyndigheten. Denna uppgift kommer från TY på Ekobrottsmyndigheten. Under intervjun med TY fick reportern även ta del av en pärm

som innehöll delar av denna utredning. SVT har inte haft anledning att ifrågasätta denna uppgift.

- Enligt SVT:s uppfattning föreligger ett stort allmänintresse att berätta om de förhållanden som avslöjades i inslagen, inte minst då företaget har många berörda kunder i Sverige.

KOMMENTARER FRÅN ANMÄLARNNA

Anmälarna anför i en kommentar till SVT:s yttrande i huvudsak följande.

Opartiskhet

- För att SVT ska ha saklig grund för sina påståenden om systematiska beteenden måste det finnas konkret stöd i de enskilda ärendena. Det gör det inte i detta fall. Av det material Yellow Register redovisat framgår att bilden är mycket mer komplex än den som förmedlas i programmet. Någon negativ systematisk metod från Yellow Register framgår inte av kundärendena. Det räcker därmed inte att AA i intervjun får på ett generellt sätt bemöta kritik från för henne okända kundärenden.
- Anmälarna anser att det inte är förenligt med kraven på saklighet och opartiskhet att redovisa Yellow Registers version i de olika kundärendena endast med några få ord i speakertexten medan programmet i övrigt helt domineras av kundernas version.

Sökmotoranmälan

- Det är korrekt som SVT anför att det inte räcker med att anmäla vissa ord till Google eller Yahoo för att dessa ska få en högre ranking. Yellow Register har gjort det man överhuvudtaget *kan* göra i denna del, att anmäla den nya sidan till sökmotorerna och göra dessa uppmärksamma på att den nya sidan existerar för att på så sätt öka chanserna för att sidan snabbare indexerats och därmed kan hittas på sökmotorerna. Yellow Register har vidtagit en åtgärd, utöver att hemsidorna byggs upp, på så sätt att olika sökord ska optimera sidans synlighet på internet, som försätter kunden i ett bättre läge än om åtgärden inte vidtagits. Det är mot denna bakgrund osakligt och missvisande att få det att framstå som att Yellow Register uppgett att de ska göra något som de sedan inte gjort.

Prisjämförelsen

- Avseende jämförelsen med Telia ska märkas att de tester SVT hänvisar till har avsett en billigare och enklare tjänst hos Telia.

Sammanblandning av aktörer?

- Citatet ”Här lämnar vi Yellow, men efter vårt förra reportage fick vi många brev från kunder som utsatts för liknande och värre företag. Vi hittade en hel bransch med kriminella förtecken.” är långt ifrån tillfyllest för att särskilja aktörerna i programmet. Meningen snarare förstärker sammanblandningen.
- TY har personligen inför anmälarnas ombud tydligt angett att hans uttalanden om att det är miljoner som går i fickorna på de som ligger

bakom, att kunder inte fått vad som utlovats, att allt skulle handla om ett bedrägeri, att kunden skriver på något helt annat än vad man egentligen avtalat om samt att dessa enskilda kundbedrägerier har en underordnad betydelse för den effektiva brottsbekämpningen avser andra bolag och personer än SB och Yellow Register.

- Den person som framträder under namnet ”Lars” har aldrig haft kontakt med någon säljchef på Yellow Register. Samtliga hans yttranden handlar om Kicknick, vilket han är villig att omvittna.

Respekt för privatlivet

- Anmälarna hävdar bestämt att det förmedlade helhetsintrycket av SB är att han är kriminell. Det följer av hela programmets upplägg och att Yellow Register och SB är huvudaktörer i en bransch med kriminella förtecken. Sammanblandningen med PD och visandet av passfoton förstärker tydligt den bilden.

PROGRAMFÖRETAGETS TILLÄGGSYTTRANDE

I tilläggsyttrande anför SVT i huvudsak följande.

- SVT vill understryka att reportagen är gjorda ur ett konsumentperspektiv. De intervjuade kunderna och anställda är tillfälliga medverkande i programmet och har enligt Granskningsnämndens praxis stor frihet att uttrycka känslor, värderingar och uppfattningar utan att deras uttalanden därmed hamnar i konflikt med bestämmelserna om saklighet och opartiskhet.
- SVT tillbakavisar bestämt påståendet att de loggböcker som redovisats för SVT och Granskningsnämnden skulle motsäga de uppgifter som lämnats i programmet om hur själva försäljningen av Yellow Registers produkter och tjänster gått till.
- Avseende frågan om prissättning konstaterar SVT att 31 av de 37 kunder redaktionen intervjuat inte ansåg att de fått den hemsida eller webbshop de utlovats per telefon. Att ta ställning till värdet av Yellow Registers hjälp med design och kodning av sajten är mot denna bakgrund svårt.
- SVT citerar nedanstående avsnitt ur den opublicerade intervjun med TY och hävdar att det av detta framgår att det är SB:s verksamhet som åsyftas.

(TY) — Men de är ju så smarta, framför allt SB. Han såg ju till så att han hade kontraktskrivningar som han hade lagt fram för en advokat va, i Borås. (Rep.) — Hur gick det till då, hur lurades dom då? (TY) — Nä, helt enkelt att... att dom skrev på nånting, så fick dom inte det utlovade. (Rep.) — Dom här annonserna? (TY) — Nä, precis så var det. Och framför allt var det ju tiden för vad dom skrev på. Vilken tid som det här gällde, alltså att... att kunna ha annonsen då. Och sen har det fortsatt, åhh, det har fortsatt det här med annonser tills han kom över på det här med webbsidor då som blev hans specialitet. Inte hans specialitet med webbsidor, för det hade han ju andra kompisar som var mycket duktigare på; grafiken och datorn och det här va. Men vad han är, han är ju entreprenören, att kunna sälja. Han var överlägsen alla andra, att kunna dupera och sälja. (Rep.) — Men de här kontrakten, dom här kunderna. Får man göra så? (TY) — Nej, nej det får man inte – det alltså –

det måste ju prövas civilrättsligt i vart fall ordentligt...”

AKTUELLA BESTÄMMELSER

SVT ska bedriva programverksamheten opartiskt och sakligt samt med hänsyn tagen till att en vidsträckt yttrande- och informationsfrihet ska råda i televisionen (5 § i sändningstillståndet).

SVT har även ålagts en skyldighet att stimulera till debatt, kommentera och belysa händelser och skeenden samt granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna (9 § i sändningstillståndet). Denna skyldighet innebär enligt Granskningsnämndens praxis att ett program eller inslag kan ha en kritisk infallsvinkel utan att strida mot kravet på opartiskhet. Om allvarlig kritik riktas mot en klart utpekad part ska dock den kritiserade få bemöta eller kommentera kritiken. Som regel ska detta ske i samma program eller inslag. Att en part vägrar att medverka hindrar inte att ett program eller inslag sänds. Om möjligt bör i sådana fall den kritiserades uppfattning redovisas på något annat sätt.

Kravet på saklighet innebär främst att uppgifter som är av betydelse för framställningen ska vara korrekta och att framställningen inte får vara vilseledande, till exempel genom att väsentliga uppgifter utelämnas.

Kraven på opartiskhet och saklighet tillämpas enligt Granskningsnämndens praxis i princip fullt ut på programledare, reportrar och andra som genom sin ställning i ett program kan uppfattas som företrädare för programföretaget. Med hänsyn till den vidsträckta yttrandefriheten kan kraven ställas lägre i fråga om intervjuade, debattdeltagare och andra så kallade tillfälliga medverkande.

SVT ska respektera den enskildes privatliv i programverksamheten om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat. Bestämmelsen är avsedd att ge skydd för den personliga integriteten. Den tillämpas även i fall med namnpublicering vid brott eller misstanke om brott (6 § i sändningstillståndet).

GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING

Opertiskhet

Granskningsnämnden granskar endast innehållet i sända program. Nämnden kan inte uttala sig om reportrars arbetsmetoder eller agerande utanför det sända programmet.

Granskningsnämnden konstaterar att syftet med inslagen var att granska Yellow Registers och i det senare inslaget även liknande företags verksamhet.

Att skildra ett företags verksamhet utifrån kunders, tidigare medarbetares och andra kritikers perspektiv strider inte i sig mot kravet på opartiskhet. Den kritiserade måste dock ges möjlighet att bemöta den kritik som framförs. I inslagen riktades generell och allvarlig kritik mot Yellow Registers marknadsföring av sina tjänster, sätt att utföra tjänsterna, priser och övriga avtalsvillkor. Genom intervjuerna med kunder och anställda bekräftades denna kritik av dessas, så kallade tillfälligt medverkande, specifika erfarenheter.

Granskningsnämnden anser att Yellow Registers inställning till den generella kritiken kom fram dels genom de intervjuer Yellow Registers företrädare AA gav, dels genom redovisningen av företagets mejl till redaktionen. I fråga om kundärendena redovisades Yellow Registers inställning genom reportern eller speakertexten. Även om den kritik som framfördes av de tillfälligt medverkande inte i alla detaljer fick bemötas och kommenteras av Yellow Register anser nämnden att företagets syn på de situationer som uppkommit på ett tillräckligt sätt återgavs i inslagen. Granskningsnämnden anser därmed att någon överträdelse av kravet på opartiskhet inte skett.

Saklighet

Kundärenden

De kunder som framträdde i inslagen framförde uppfattningen att de inte erhållit vad som utlovats av Yellow Registers säljare. Yellow Register har genom hänvisning till anteckningar i företagets loggböcker anfört att flera av kunderna bär medansvar för den uppkomna situationen och att några av dem kompengrats. Det får enligt Granskningsnämndens mening anses tillräckligt att i enlighet med kravet på opartiskhet redovisa att Yellow Registers och kundernas uppfattning gick isär. Därmed får även kravet på saklighet anses uppfyllt.

Prisjämförelsen

Granskningsnämnden anser att SVT genom redovisningen av den tillfällige medverkande IT-journalisten AR:s utlåtande och AA:s kommentarer förmedlade en bild av Yellow Registers priser som inte strider mot kravet på saklighet.

Sökmotoranmälan

Anmälarna har anfört att kund 3, skönhetssalongen i Vimmerby, inte till Yellow Register anmält de sökord vilka användes vid den sökning som visades i inslaget. Granskningsnämnden anser att den filmsekvens som visade hur *Uppdrag granskning* reporter tillsammans med en av kunderna misslyckades med att få träff på kundens hemsida när de angav vissa för verksamheten relevanta sökord får ses som en illustration av kundens uppfattning om tjänsten. Inslaget kan i denna del inte anses strida mot kravet på saklighet, särskilt inte som flera kunder i inslaget omvittnat problem

liknande dem som filmsekvensen avsett att illustrera.

Mot bakgrund av de uppgifter som framkommit i ärendet kan Granskningsnämnden inte finna att uppgiften om att Yellow Register endast gör en sökmotoranmälan och länkar kunden till den egna sidan strider mot kravet på saklighet.

Uppsägning av avtal och hänvisningar till Konsumentombudsmannen

Granskningsnämnden anser inte att den hänvisning som gjordes till Konsumentombudsmannen i samband med redogörelsen för uppsägning av avtalen strider mot kravet på saklighet.

Sammanblandning med andra aktörer?

I inslaget den 19 mars 2008 beskrev reportern SB:s och PD:s gemensamma historik. Beskrivningen varvades med uttalanden från tillfälliga medverkande. I fråga om redigeringen medfört att Yellow Register och dess ägare och vd, SB, blandats ihop med andra aktörer på ett sätt som gör inslaget vilseledande gör Granskningsnämnden följande bedömning. Det är svårt att utifrån de korta sekvenserna från intervjun med Ekobrottsmyndighetens utredare, TY, avgöra vem han uttalar sig om. Den utskrift av den opublicerade intervjun med TY som SVT gett in klarlägger emellertid att hans uttalanden även avser SB. Nämnden kan därför inte finna att återgivandet strider mot kravet på saklighet.

Avseende de uppgifter som lämnats av källan "Lars" gör Granskningsnämnden följande bedömning. Det framgår inte av "Lars" berättelse om han uttalar sig om Yellow Register eller Kicknick. Inte heller framgår till vilka han lärde ut sina säljknep. SVT gör gällande att uttalandena avser Yellow Register men att det med hänvisning till yttrandefrihetsgrundlagens regler om källskydd inte är möjligt för SVT att avslöja källan i syfte att verifiera påståendet. Anmälarna gör gällande att "Lars" är identifierad och att hans uttalanden avser Kicknick. Granskningsnämnden konstaterar att ord står mot ord i denna fråga och att nämnden saknar möjlighet att utreda frågan närmare.

Den markering i inslaget som görs för att visa att det övergår till att handla om Kicknick är enligt Granskningsnämndens mening tillräckligt tydlig.

Produktion av hemsidor i Rumänien

Mot bakgrund av de uppgifter som framkommit i ärendet finner Granskningsnämnden att SVT hade grund för uppgiften att Yellow Register flyttat produktionen till Rumänien.

Respekt för privatlivet

Inslaget den 7 november 2007

I inslaget namngavs SB. Det uppgavs att han var vd för Yellow Register och att han ägde dess moderbolag. Vidare uppgavs att han var bosatt utomlands och att han var känd i travkretsar. Det gjordes också anspelningar på att hans hästs namn var inspirerat av de försäljningsmetoder Yellow Register påstods ägna sig åt. Granskningsnämnden anser att de uppgifter som lämnades om SB:s häst visserligen kan betraktas som något insinuanta. Enligt nämndens mening var de dock inte av sådan karaktär att de utgjorde ett intrång i hans privatliv.

Inslaget den 19 mars 2008

I inslaget identifierades SB med namn och bild. Granskningsnämnden anser att de uppgifter som lämnades om hans inblandning i en av Ekobrottsmyndigheten tidigare uppmärksammas verksamhet var av sådan karaktär att de utgjorde ett intrång i hans privatliv. Med hänvisning till det i inslaget granskade företagets storlek och antal kunder, SB:s ställning i företaget samt arten och omfattningen av de affärer med vilka han förknippades genom inslaget får dock det uppkomna intrånget anses motiverat av ett allmänt intresse.

Detta beslut har fattats av Kerstin Calissendorff, Jan-Erik Billinger, Maria Edström, Olle Lidbom, Annika Åhnberg och Henrik Jermsten efter föredragning av Lottie-Ann Lindström.

På Granskningsnämndens vägnar

Kerstin Calissendorff

Lottie-Ann Lindström