

# BESTSELLER PÅ VRANGEN

Indstillet til Cavlingprisen 2025

**Hvorfor koster en T-shirt under 100 kroner? Hvorfor er danskerne blandt dem, der køber mest nyt tøj i verden, og hvorfor lukker vi blot øjnene for de rystende konsekvenser i den tredje verden. TV2 Dokumentaren "BESTSELLER PÅ VRANGEN" afslører en ubekvem sandhed og en kollektiv fortrængning om "fast fashion" og Danmarks største modevirksomhed, BESTSELLER, som særligt de unge i den grad har behov for at se i øjnene. Derfor indstiller vi hermed tilrettelæggeren på programmet Søren Kramer Vestergaard til Cavlingprisen 2025.**

En ung influencer kalder tøjet for "cute", og i farvestrålende reklamer bliver tøjet solgt som noget, der skal gøre verden bedre. "A Better World", som der står på de grønne mærkater i nakken. Men hvordan harmonerer alt det, som Danmarks største modekoncern BESTSELLER fortæller forbrugerne, med den virkelighed, der udspiller sig i koncernens produktionskæder?

Søren Kramer Vestergaard påtager sig det prisværdige arbejde at rejse dybt ind i Dhakas slumkvarterer i Bangladesh, hvor en helt ubeskrivelig virkelighed udspiller sig foran kameraet. Der er visuel proof på forurenede floder, hvor vandet er rødt, sort eller blå – alt efter hvilken kollektion fabrikkerne er i gang med. De kvindelige arbejdere udsættes for tvangsarbejde, tilbageholdelser, vold, seksuelle krænkelser og får en løn, som ingen på nogen måde kan leve for. Og børnearbejde er stadig en del af det yderste led i en lang produktionskæde.

Søren Kramer Vestergaard har i 1,5 år arbejdet på at afdække BESTSELLERs grønne markedsføring og BESTSELLERs produktion i Bangladesh. Gennem forbilledlig journalistisk nysgerrighed og vedholdenhed er det lykkedes at gøre verdens ulighed og grundlæggende menneskerettigheder konkrete og dybt relevante for os alle, der køber billigt tøj. Gennem en ihærdig insistensen på ikke bare ét men 2-3-4-5 eksempler på samme mønster kan dokumentaren på overbevisende vis afsløre, hvordan fabrikker på BESTSELLERs leverandørlistes er forbundet med de omfattende problematikker om forurening og arbejdsforhold. Kildegrundlaget er imponerende: Fire tidligere ledende medarbejdere fra BESTSELLER fortæller anonymt, hvad BESTSELLER godt selv ved, og 10 modige kvindelige arbejdere fra fabrikker i Bangladesh beretter bevægende om de forhold, de bydes. Alle de anonyme vidnesbyrd efterprøves ved konkret og illustrativt journalistisk feltarbejde på jorden i Bangladesh og ved et imponerende galleri af internationale eksperter.

Søren Kramer Vestergaard fortjener Cavlingprisen for sin grundighed, engagement og omsorgsfuldhed for dem, der så modigt og med meget på spil fortæller deres historier. Han fortjener al mulig anerkendelse, særligt set i lyset af den modstand han har mødt fra en af Danmarks største virksomheder. BESTSELLER har gennem en ualmindelige offensiv kommunikationsstrategi forsøgt at aflede offentlighedens opmærksomhed på det vigtige indhold, som dokumentaren rejser. Men med journalistisk integritet, styrke, mod og uafhængighed har Søren Kramer Vestergaard som en anden "David mod Goliath" måttet kæmpe for at holde offentlighedens fokus på det, det hele handler om: Hvorfor vi lukker øjnene for, at en T-shirt koster under 100 kroner, og de konsekvenser det får, fordi vi vil købe billigt?

Indstillet 29.10.2025 af Lasse Bjerre, Lars Høj & Jacob Adrian Mikkelsen