

GRÄVANDE JOURNALISTER – nominering till GULDSPADEN 2009

Nominerat reportage: Dun till varje pris del 1 och del 2, Kalla fakta, TV4

Motivering: *Dun till varje pris är ett reportage som bygger på väl genomförd research. Det innehåller delvis ovanliga och komplicerade produktionsmetoder som dold kamera och fejkade identiteter hos reportageteamet. Reportaget fick ett mycket starkt genomslag i andra medier i såväl Sverige som flera andra länder. Det ledde till politiska konsekvenser inom framför allt EU. Det fick en mängd företag i dunbranschen – såväl producenter, mellanled och återförsäljare av produkter innehållande dun att ändra eller skärpa policyn för framställningen av sina produkter, företagens etiska riktlinjer samt kontroll att dessa följs i alla led.*

1. Vilka deltog i arbetet?

Per Hermanrud, (reporter), Kenny Hjälte, (research), Yusi Chou (research), Urszula Rzeszutek (research), Veronica Kindblad (foto unger), Staffan Ahlström (foto), Bo Lindwall (reporter+foto Kina), Fredrik Kron, (redigering), Tomas Ylitalo (redigering) Johan Oijens (grafik) Kajsa Lindohf (redaktör) Johan Åsard (redaktionschef) Peter Lindgren (programledare)

2. Var publicerades jobbet?

TV4 Kalla fakta

3. När publicerades/sändes bidraget?

1 och 8 februari 2009

4. Hur fick du/ni ursprungsidén till projektet?

Efter att reportern Per Hermanrud avslöjat hur australiska merinofår plågas sökte han efter andra storys som rör ämnet konsumentprodukter och djurskydd. Dun var en av idéerna som kom upp snabbt. Efter ett antal veckors research kunde han konstatera att fåglar faktiskt plockas levande på sitt dun.

5. Vilka arbetsmetoder tillämpade du/ni?

Vi ville spåra dunet från den enskilda farmen hela vägen tillbaka till konsumenten i Sverige. För att kunna göra det krävdes det att vi fick reda på vem som sålde till vem. Men eftersom dunföretagen ogärna berättar vilka de handlar med var vi tvungna att skapa ett påhittat företag. Med påhittade identiteter och utrustade med dold kamera gav vi oss in i dunbranschen som dunhandlare. Vi gjorde även sedvanliga TV- intervjuer och telefon enkäter.

6. Vilka typer av källor använde du/ni?

Den främsta informationen har vi fått genom att vi med falsk identitet kontaktat ett stort antal företag världen över. Vi har kontaktat dem under förevändningen att vi vill köpa dun av dem. I själva verket har vi velat ha svar på ett antal frågor: Vem säljer till vem? Vilka företag säljer dun från levande fåglar och vilka företag gör det inte. Känner handlarna till problemet? Hur vanligt är det med dun från levande fåglar? Totalt har vi kartlagt ett 70- tal företag världen över. Vi har också pratat med djurskyddsexperten som till exempel forskare och veterinärer.

7. Stötte du/ni på några problem? Vilka?

Det var svårt att få ut uppgifter som är företagshemligheter från så många företag. Om vi inte hade använt oss av våra falska identiteter, det påhittade företaget och den dolda kameran hade vi aldrig lyckats med detta.

8. Hur lång tid tog projektet?

Cirka nio månader.

9. Har projektet fått några konkreta följder?

Det har toppat nyheterna ett stort antal länder, som Sverige, Norge, Danmark, Finland, Tyskland, Frankrike, Spanien, Schweiz, Österrike, Ungern och Kina. Den massiva mediabevakningen har fått företag och myndigheter att agera. Ett stort antal företag har lovat att se över sina inköpsrutiner. Här i Sverige har Åhléns helt upphört med att sälja dunprodukter tills de har garantier för att det producerats på ett etiskt hållbart sätt. IKEA lovar kunder världen över pengarna tillbaka om de inte känner sig nöjda med hur produkterna är framställda. IKEA kommer också att sluta använda gåsdun i sina produkter. Nordens största dungrossist, Dykon, har numera ändrat sina inköps rutiner. Ett stort antal djurskyddsorganisationer världen över har engagerat sig i frågan. Detta har drivit fram att flera av de större dunproducenterna i Ungern och Polen helt kommer att upphöra med dun som plockas från levande fåglar. Bara höstsäsongen 2009 räknar djurskyddsorganisationer med att 4 miljoner fåglar slipper bli plockade levande. I Kina – som är världens största dunproducent – märkte man av en nedgång i efterfrågan strax efter det första reportaget hade sänts. Tre veckor senare hade 32 av de största dunföretagen i Kina skrivit under ett avtal där de förband sig att inte längre använda dun som plockas från levande fåglar.

Programmet har också väckt politiska reaktioner. I EU- parlamentet startade ledamöter från olika länder, (bla Sverige, Danmark, Storbritannien) en namninsamling för att förmå EU-kommissionen att inleda en granskning och sätta stopp för djurplågeriet. Jordbruksminister Eskil Erlandsson tog upp frågan i Ministerrådet, där den diskuterades bland EU:s samtliga jordbruksministrar. Ministerrådet beslutade man att ge EU-kommissionen i uppdrag att utreda frågan om hur dun skall produceras på ett etiskt hållbart sätt i framtiden. Utredningen kan komma att leda fram till förändringar i EU:s regler som tvingar samtliga 28 EU- länder att skärpa sina djurskyddsregler. Detta kan komma att påverka efterfrågan på dun i hela världen.

10. Vilka reaktioner har ni fått från myndigheter och kollegor?

Vi har blivit kontaktade av ett stort antal journalister från framförallt Europa, men även från USA och Kanada.

Djurskyddsorganisationer från Tyskland, Belgien, Schweiz, Frankrike, USA och Ungern har kontaktat oss för information.

Djurskyddet Sverige slog rekord i antalet personer som skrev på deras protestlista med uppmaning till bojkott av dun produkter - 24 000 namn på två veckor.

En Novus opinionsmätning som gjordes dagen efter avslöjandet visade att 7 av 10 svenskar kräver bojkott av dun.

11. Har projektet anmälts till PO, Granskningsnämnden eller annan instans?

Nej

12. Ange webblänk till artiklarna/inslagen/bokpresentation.

Länk till reportagen

Del 1, 1/2 2009:

<http://anytime.tv4.se/webtv/?proglid=729261&treeld=90227&renderingdepartment=2.757>

Del 2, 8/2 2009:

<http://anytime.tv4.se/webtv/?proglid=729261&treeld=90227&renderingdepartment=2.757>

