Zo opent Dear Leader Noord-Koreanen de ogen

31-08-2017 10:00



Donderdag 7 september is het zover: dan vindt het tweede Retail & Brands Festival plaats. Luister naar inspirerende talks, doe mee met hands-on workshops of ga lekker relaxen op de dagcamping. Wij garanderen een fantastische line-up van denkers, doeners, visionairs, strategen, creatieven en innovators. In aanloop naar het festival lichten we een aantal sprekers uit. Vandaag: oprichter John Stahl van Dear Leader.

Het idee voor Dear Leader ontstond nadat Johan Stahl in 2006 twee keer naar Noord-Korea was afgereisd voor de documentaire The Red Chapel, die in 2010 tijdens het Sundance Film Festival in de prijzen viel. ‘Een reis vijftig jaar terug in de tijd’, omschrijft de Deen zijn ‘bizarre trips’. Zo leverde hij op het vliegveld van hoofdstad Pyongyang verplicht zijn mobiele telefoon in, moest hij onder aan de voet van het 35-meter hoge beeld van De Grote Leider Kim Il Sung eer betuigen met een drievoudige buiging en een bos bloemen en wist iedereen, overal van de komst van Stahl en zijn collega’s. “Er werden complete scenes en scenario’s opgevoerd om ons te laten geloven dat we in een sprookjesachtig verhaal terecht waren gekomen, het perfecte land van de Noord-Koreanen. Het was eerder een nieuwe versie of een nachtmerrie-horrorversie van de film The Truman Show.

De manier waarop de mensen werden gehersenspoeld, en hun overtuiging dat de NoordKoreaanse maatschappij de beste van de wereld is, vond ik nog het ergst.”

Zijn hart brak toen hij een kindercrèche bezocht en werd ontvangen door rijen drie- tot vierjarige kinderen, marcherend en zingend: ‘Kim Jung Il, wij zijn bereid voor u te sterven’. “Vanaf dat moment wist ik dat ik de echte Noord-Koreanen wilde helpen. Ook omdat alle lokale mensen die we spraken ontzettend hartelijk, nieuwsgierig en vriendelijk waren, zolang het onderwerp van de Grote, Barmhartige, Lieve leider maar niet werd aangestipt.” Zijn ervaringen leidde tot het modieuze zonnebrillenmerk Dear Leader. De missie: Helping North Koreans see better. “Wij geloven dat informatie essentieel is voor verandering in Noord-Korea. Dus doneren wij van iedere verkochte zonnebril tien dollar aan activistische organisaties die het Noord-Koreaanse regime van binnenuit omver willen werpen met informatie.”

Een van de organisaties die donaties ontvangt is Flashdrives For Freedom, dat usb-sticks het land in smokkelt met daarop onder meer Hollywoodfilms en Zuid-Koreaanse soaps tot Wikipediapagina’s en interviews met gevluchte Noord-Koreanen. Dear Leader heeft een eigen webwinkel, de zonnebrillen liggen op ruim veertig verkooppunten in Denemarken en deze zomer heeft het merk zijn eerste pop-up store in Kopenhagen. De volgende stap? “Wij willen Europa in, zodat we onze missie met nog meer mensen kunnen delen.”

Retail & Brands Festival op 7 september in Utrecht
Donderdag 7 september staat in het teken van verwonderen, inspiratie, pionieren en best practices uit binnen- en buitenland. Onder het genot van muziek, lekker eten en drinken is er volop ruimte om professionals uit de retail & merkenwereld te ontmoeten in De Fabrique in Utrecht. Klik hier voor meer informatie en aanmelden.

Donovan van Heuven