Opnieuw ophef om campagne van Suitsupply

23-02-2018 09:09



Suitsupply staat door een marketingcampagne met zoenende mannen opnieuw in het middelpunt van de belangstelling. De mannenmodeketen verloor in één dag duizenden volgers op social media, nadat foto's van de nieuwe campagne met een homo-thema waren gedeeld.

Suitsupply werd al meermaals op de vingers getikt vanwege 'seksistische' campagnes. Ook op de nieuwe campagne werd een reactie verwacht, zegt oprichter Fokke de Jong tegenover de NOS. "Maar de magnitude was best heftig. Dat mensen zo schrikken, bewijst dat het relevant is om het te laten zien."

Op Instagram viel de retailer terug van ruim 368 naar 356 duizend volgers. Het bedrijf krijgt van over de hele wereld boze reacties, van (voormalige) volgers die de marketing niet kunnen waarderen. Tegelijkertijd heeft Suitsupply duizenden nieuwe volgers gekregen, die de campagne wel steunen.

De zoenende mannen komen ook in posters in winkels en op straat te hangen. Rusland en de Verenigde Arabische Emiraten vormen volgens De Jong een uitzondering, omdat de winkels anders hun deuren moeten sluiten. Ook zou het personeel risico lopen om gearresteerd te worden. "Voor die landen hebben we wel andere versies, nog steeds met twee mannen, maar niet zoenend. Je moet daar binnen de kaders van de wet blijven."