

Lush spreekt tijdens Changemakers in Retail

28-03-2018 09:24



Lush deinst er niet voor terug aandacht te vragen voor misstanden in de maatschappij, ook als die op het oog weinig van doen hebben met de cosmeticabranche. Zo voerde de keten met de slogan 'Fair trial my arse'-campagne tegen de gevangenhouding zonder eerlijk proces van terreurverdachten in Guantanamo Bay, de marinebasis van de Amerikanen op Cuba.

Een ander voorbeeld: in 2016 introduceerde de zeepwinkelketen de Hand of friendship soap. De volledige opbrengst ging naar het Friendship Fund, dat zich inzet voor de opvang van Syrische vluchtelingen in Amerika en Canada. Via ansichtkaarten en op social media met #RefugeesWelcome heetten Lush-fans hen welkom.

De ideeën zijn meestal het bedenkssel van een groep medewerkers van Lush. "Wij hebben met Lush een groep uitgesproken en opiniërende mensen weten aan te trekken", zei medeoprichter Mark Constantine daar eerder over in [RetailTrends](#). "Vroeg of laat word je binnen Lush op de hoogte gebracht van maatschappelijke kwesties waar iemand heel veel vanaf weet. En dan word je erin meegezogen. Het trekt ook weer andere medewerkers aan met vergelijkbare ideeën die op zoek zijn naar een platform en dus bij Lush komen werken."

Tijdens het event Changemakers in Retail wordt uitgebreid stilgestaan bij het omgaan met medewerkers die zelf actiepunten aandragen. PR-manager Ruby van Hoorn en brandmanager Margreet van Schaijck vertellen hoe de standpunten van Lush tot stand komen en wat dat vraagt van de bedrijfscultuur. [Klik hier](#) voor meer informatie over het programma en aanmelden.

Bekijk hier de aftermovie van Changemakers in Retail in 2017: