

Gamma na VI-rel: 'Wij moeten geen politieke uitspraken doen'

20-10-2020 09:09



Gamma voelde zich in een lastig parket gebracht na de racismeophef rond voetbalprogramma Veronica Inside afgelopen zomer. Het zette de klusketen aan tot bezinning over zijn eigen campagnes, vertelt marketing- en communicatiemanager Laurens Miedema in het oktobernummer van [RetailTrends](#).

Het voetbalprogramma kwam in opspraak na vermeende racistische uitspraken van analist Johan Derksen. Bedrijven die reclamespotjes rondom de uitzending hadden kregen daarop de volle laag van consumenten. Zo ook Gamma: "Er was een groep die zei: stoppen, je financiert racisme", aldus Miedema. Toen Gamma liet weten de campagne rond VI te heroverwegen, kwamen er weer verwijten van mensen die de dhz-retailer ervan betichtten Derksen een racist te noemen. "En dat waren er niet een paar, maar duizenden", zegt Miedema. "Als merk zit je daar tussen."

Gamma vond die positie tussen twee vuren vooral lastig omdat de formule een nationaal merk voor iedere klusser wil zijn. "We zijn een merk van heel Nederland en dan is het logisch dat je meebeweegt met wat in de samenleving gebeurt", zegt Miedema. Gamma kijkt voor de bepaling van zijn standpunt dan ook vooral naar de vraag of zijn boodschap matcht met de omgeving waarin die wordt geuit. "Een partij als Nike gaat daar wat verder in dan anderen. Om als Gamma politieke uitspraken te doen lijkt me niet verstandig."

Het incident zette Gamma wel aan het denken over de inhoud van de eigen campagnes. Met name op het gebied van diversiteit kan de retailer volgens Miedema nog wel verbeteren. "Als je zegt een merk te zijn voor

iedere klusser en altijd alleen maar een vader, moeder en twee kinderen gebruikt in je uitingen, kun je je afvragen of je de juiste dingen doet."

In het oktobernummer van RetailTrends duiken we uitgebreid in het fenomeen cancel culture: het boycotten van bedrijven vanwege onwelgevallige uitingen, al dan niet onder druk van consumenten. Zo spreken we met Procter & Gamble, dat zich helemaal terugtrok rond Veronica Inside, en met hoogleraar bedrijfsethiek Muel Kaptein: "Topmerken zijn een gemakkelijke prooi." [Klik hier om het artikel digitaal te lezen](#). Nog geen member, [kijk dan hier](#).