
bvA reikt merkleiders oplossingen aan om Diversity & Inclusion te integreren in (merk-)beleid

De Black Lives Matter beweging en waar deze voor staat, raakt de samenleving diep. En daarmee ook merken: er wordt veelvuldig beroep gedaan op merken en bedrijven om zich uit te spreken tegen systematisch racisme. Het laat geen twijfel dat merken hier tegen zijn. Alleen kiezen Nederlandse merkleiders meestal niet voor de weg van de publiekscommunicatie. Niet omdat het thema onbelangrijk wordt gevonden, maar omdat het voor de meeste merken niet logisch is om 'opeens' de barricades op te gaan. Merken als Nike en Ben & Jerry's kunnen direct inhaken op #BLM omdat dit thema verankerd is in de kernwaarden van het merk. Maar als een bedrijf en zijn merken geen historie hebben van zichtbaar beleid en concrete acties, is er weinig recht van spreken en vinden merkleiders het een loos gebaar om openbare steunbetuigingen te doen.

Dat neemt niet weg dat bvA zich inzet om leden te ondersteunen en te inspireren bij het integreren van diversiteit en inclusiviteit in hun bedrijf, hun marketingbeleid en hun communicatie. Dit doen we door onafhankelijke kennis toegankelijk te maken en bijeenkomsten te organiseren waar leden onder elkaar dilemma's kunnen delen en ervaring kunnen uitwisselen.

Voorzitter Frenkel Denie zegt hierover: 'Wij onderstrepen dat merken veel kunnen doen voor een inclusieve samenleving en de beeldvorming. Niet alleen door inclusiviteit en diversiteit uit dragen, maar ook door te zorgen voor diversiteit in hun teams en bij hun bureaus. Merken die dit consistent doen, trekken meer klanten aan, zetten meer om en ervaren het positieve resultaat daarvan onderaan de streep. De huidige ontwikkelingen maken het des te dringender om hier meer dan ooit alle aandacht aan te geven.'