

► **Ijsfabrikant wil jonge achterban activeren met campagne Home Safe Home**

Ben & Jerry's met ijsjes op de bres voor vluchtelingen

Er moeten meer kwetsbare vluchtelingen vanuit opvangkampen naar Europa worden gehaald, stelt ijsmerk Ben & Jerry's. In Groot-Brittannië klinken al de eerste oproepen tot boycot.

Cyril Rosman
Rotterdam

Ijs en het grote vluchtelingenprobleem? Het is een onwaarschijnlijke combinatie, maar toch trappen het populaire ijsmerk Ben & Jerry's en VluchtelingenWerk Nederland vandaag samen een campagne af waarmee ze (Europese) politici ervan willen overtuigen om meer kwetsbare vluchtelingen naar Europa te halen. „Het is een van de grootste problemen van dit moment. Wij spreken ons daar nu in Nederland voor het eerst duidelijk over uit. We hebben een jonge achterban en die willen we hiervoor activeren”, zegt Laura van Geel, social mission manager van Ben & Jerry's.

Waar het om gaat: Nederland 'nodigt' ieder jaar 500 vluchtelingen uit hierheen te komen, buiten de normale asielprocedures om. Dat zijn extra kwetsbare vluchtelingen als zieken, homoseksuelen of alleenstaande moeders met kinderen. Ze wonen vaak al een tijd in vluchtelingenkampen, maar lopen ook daar gevaar. Het gaat om Syriërs in Libanon of Turkije, maar ook om Congolezen, Ethiopiërs en Pakistanen. „500 is echt te weinig, er zijn veel meer plekken nodig, 5.000 zou

logischer zijn”, zegt Annemiek Bots van VluchtelingenWerk. Eerder dit jaar luidde de UNHCR de noodklok. Er zijn wereldwijd 1,2 miljoen mensen die snel een plek moeten krijgen, stelt de vluchtelingenorganisatie van de VN. Maar vorig jaar waren er wereldwijd maar 125.000 plaatsen beschikbaar, waarvan Canada en de VS het merendeel voor hun rekening namen. Europa bood 15.000 plekken aan. In 2015 ging een van die plekken naar Armen Melkonian (27), een Armeense Syriër uit Aleppo. Melkonian vluchtte

“**We houden ons al 40 jaar bezig met maatschappelijke onderwerpen**

—Laura van Geel, Ben & Jerry's

vanuit Syrië naar Libanon, maar voelde zich als homoseksueel ook niet veilig in Beiroet. „De VN vond dat ook en heeft me op de lijst voor hervestiging gezet. De dag dat het telefoontje kwam dat ik naar Nederland kon, was de mooiste van mijn leven. Als het niet was gelukt, was dat vreselijk geweest.”



▲ Ben & Jerry's zette zich ook in voor Armen Melkonian. Het ijsmerk gebruikt de vluchtelingen niet voor een eigen campagne. FOTO PIM RASX

Omdat deze zomer in Brussel wordt gewerkt aan een nieuw vestigingsvoorstel voor de hele EU lanceren het ijsbedrijf en VluchtelingenWerk nu hun campagne, onder de naam Home Safe Home. Vandaag komt een petitie online, later deze zomer verschijnt een speciale smaak ijs.

De campagne loopt ook in Groot-Brittannië, Duitsland, Zweden en

België, landen die ook aan hervestiging doen.

De campagne in de UK leverde het ijsmerk direct kritiek en een oproep tot boycot op. Weinig onderwerpen zijn zo politiek en emotioneel beladen als het vluchtelingenprobleem.

Van Geel: „Sommige klanten vragen waarom we ons niet gewoon bij het maken van ijs houden. Maar dit

MERKENEXPERT

‘Het verhaal moet kloppen’

Rik Riezebos, merkenexpert van Brand Capital ziet het steeds vaker: bedrijven die zich committeren aan maatschappelijke doelen. Zoals ijsfabrikant Ben & Jerry's nu doet met zijn campagne voor het opnemen van meer vluchtelingen in Europa. „Ben & Jerry's is een bedrijf dat al lang bekendstaat als maatschappelijk betrokken. Ik vind het een prima ontwikkeling dat meer bedrijven dat nu doen.”

Er dreigt wel een gevaar, vindt Riezebos: hoe blijf je als bedrijf geloofwaardig? „Er is geen logisch verband tussen hun product en het onderwerp van de campagne. Dan loop je het gevaar dat mensen denken: jullie doen dit alleen voor de aandacht. Dus ik raad ze wel aan hun verhaal goed op orde te hebben.”

bedrijf houdt zich al 40 jaar bezig met maatschappelijke onderwerpen als het klimaat en burgerrechten en dat laten we niet zomaar los.”

Armen Melkonian woont inmiddels in Zaandam en begint na de zomer aan een opleiding op de hotelschool. „Hier kan ik mezelf zijn en mijn dromen waarmaken. Hervestiging kan zo ontzettend belangrijk zijn voor mensen.”