

"Hetze over vegan broodje in Familie is uit context getrokken"

In de media is grote heisa ontstaan over een veganistische verhaallijn in de populaire VTM-soap Familie die tot stand kwam in samenwerking met GAIA. Die verhaallijn op zich lijkt niet echt het probleem, wel de reactie van Boerenbond daarop. “De hetze die is ontstaan, is een door de media uit de context getrokken interne conversatie die is uitvergroot tot een karikatuur”, benadrukt Boerenbond. “Wij omarmen zowel dierlijke als plantaardige producten wanneer die hun oorsprong vinden in de landbouw.”

🕒 22 SEPTEMBER 2020 – LAATSTE UPDATE 22 SEPTEMBER 2020 22:29

Lees meer over:

dierenwelzijn

vlees

GAIA

Boerenbond



In Familie zit sinds dit seizoen een nieuwe verhaallijn waarbij het personage Zjef, die in de soap zelf veganist is, naast klassieke broodjes ook veganistische broodjes aanbiedt in zijn foodbar. Daarbij hield hij een vurig pleidooi voor veganisme en de bijhorende voordelen voor het dierenwelzijn en de gezondheid. Bij de aftiteling van Familie, goed voor 800.000 kijkers per dag, zat een expliciete verwijzing naar GAIA dat meewerkte (en betaalde) aan de totstandkoming van de aflevering.

Verontwaardigde reacties

Daarop kwamen al snel verontwaardigde reacties, onder meer van boeren, op sociale media. “Voor alle duidelijkheid, Boerenbond heeft geen probleem met een broodje vegan of het aankaarten van vegan verhaallijnen als maatschappelijk thema binnen populaire soapseries”, zegt woordvoerder Vanessa Saenen. Ze wijst erop dat de hetze die vandaag leeft rond de reactie van Boerenbond gebaseerd is op een door de media uit de context getrokken interne conversatie.

“Als federatie van landbouwers vinden we het natuurlijk opmerkelijk wanneer een belangengroep zoals GAIA, tegen betaling, een gekleurde boodschap geeft over dierenwelzijn en een bepaalde levensstijl promoot als zijnde beter of gezonder. De Hoge Gezondheidsraad kadert het consumeren van dierlijke producten binnen een gezonde voeding en beschouwt dit dan ook nog als de norm”, legt Saenen uit. Ze merkt op dat elke organisatie vrij is om zijn communicatiecampagnes te voeren, maar roept wel op tot een genuanceerd debat en tot het respecteren van de voedingsaanbevelingen.

“**"We werken al langer samen met DPG Media om onze campagnes in de kijker te zetten. Toen kwam VTM met het idee om samen te werken bij enkele afleveringen van Familie. Wij maken gewoon gebruik van die mogelijkheid."**

Ann De Greef - Directeur GAIA

GAIA zegt niet te snappen wat het probleem is. “GAIA adverteert al langer bij DPG Media, waar VTM deel van uitmaakt. We vroegen VTM of er geen andere mogelijkheden waren om onze campagne in de kijker te zetten. Toen kwam VTM met het idee om samen te werken bij enkele afleveringen van Familie. Wij maken gewoon gebruik van die mogelijkheid, zoals andere organisaties dat doen”, zegt GAIA-directeur Ann De Greef.

VLAM werkt met sectormiddelen

Daarbij verwijst ze naar de campagnes van het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing. “Ook VLAM brengt geregeld reclames op tv om mensen aan te zetten om vlees en zuivel te consumeren, maar dan met overheidsgeld”, aldus De Greef.

Klopt niet, klinkt het bij VLAM. “Al onze campagnes worden betaald door de sector zelf. De Vlaamse overheid voorziet wel een subsidie voor de promotie van erkende streekproducten, bioproducten en korte keten”, luidt het. VLAM laat weten dat al haar campagnes zijn bedoeld om producten van de agrovoedingssector op een creatieve manier onder de aandacht te brengen van het grote publiek en de sector hiermee te ondersteunen.

“In al onze marketingactiviteiten vertrekken we steeds vanuit de trots op lokale producten die wereldwijd gesmaakt worden. Die trots wordt via specifieke communicatieacties in de verf gezet. De aandacht voor lokaal geproduceerd voedsel neemt overigens sterk toe de jongste tijd. Een teken voor VLAM dat wat we doen – producten van bij ons in de kijker zetten – nodig is en geapprecieerd wordt door de consument”, aldus VLAM. Het promotiecentrum laat nog weten dat het haar campagnes binnen een maatschappelijk verantwoorde context ontwikkelt en altijd open staat voor dialoog met andere organisaties.



VTM laat weten dat het met Familie vaak maatschappelijke en actuele thema's op de agenda zet. “Daarbij worden soms samenwerkingen aangegaan, als dat binnen de verhaallijn past. Aangezien duurzaamheid en veganisme tegenwoordig vaak onder de aandacht komen, wil Familie ook die thema's belichten. Vandaar dat we hier gekozen hebben voor een samenwerking met GAIA”, aldus de zender.

“Er wordt daarbij geen eenduidig standpunt gekozen. Zjef mag dan wel extreem opgaan in zijn standpunt, hij botst op de nodige tegenkanting van zijn omgeving. Uiteindelijk zal hij moeten inzien dat iedereen hierin zijn eigen keuze moet maken en dat is ook de boodschap die Familie wil uitdragen”, besluit VTM.

Bron: Eigen verslaggeving / De Morgen

Beeld: VTM

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact

T • 0473 59 41 39
M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>
screenreader.visit us on our twitter page: https://twitter.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>
screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra