

Bv-schandalen en goede doelen, het kan geen kwaad.

Liefdadigheidsinstellingen proberen steeds vaker Bekende Vlamingen te engageren om op te treden als boegbeeld in hun campagnes. Op die manier staan Vlamingen gunstiger tegenover goede doelen en stijgt de bereidheid om (financiële) steun te bieden. Maar wat gebeurt er indien bijvoorbeeld Koen Wauters als ambassadeur van Plan België verzeild zou raken in een schandaal? Hebben Bv-schandalen met andere woorden een impact op het geefgedrag tegenover non-profitorganisaties?

Uit een onderzoek blijkt dat negatieve nieuwsfeiten over bekende Vlamingen als ambassadeur van liefdadigheidsinstellingen geen invloed hebben op gelddonaties en bestede tijd als vrijwilliger. In een experiment kregen 217 Vlamingen twee positieve (benefietsingle en –concerten) en twee negatieve nieuwsberichten (drugsgebruik en vechtpartij) over Bart Kaëll en Wim Soutaer te zien. Vervolgens zagen de deelnemers een advertentie waarop de bekende Vlaming samen met de non-profitorganisatie werd geafficheerd. Tot slot vervulden ze een vragenlijst die peilde naar het imago van de BV's, de evaluatie van de advertentie en het geefgedrag tegenover de organisatie. Anders dan verwacht hadden de negatieve nieuwsberichten over de BV's weinig tot geen negatieve impact in vergelijking met de positieve artikelen. Deelnemers waren niet van plan om minder geld of minder tijd te besteden aan de organisatie nadat ze een negatief nieuwsbericht over de BV hadden gelezen.

Voorts biedt deze studie drie belangrijke observaties die non-profitorganisaties in acht dienen te nemen wanneer ze overwegen om een bekend gezicht in te zetten als marketingstrategie. Om te beginnen hoeven liefdadigheidsinstellingen niet noodzakelijk te vrezen dat negatieve informatie over hun ambassadeurs zich automatisch zal vertalen in ongunstige gevolgen voor de organisatie. Ten tweede is de bezorgdheid voor een negatievere impact bij een vrouwelijke doelgroep onterecht. Als derde en laatste punt dient de organisatie wel aandachtig te zijn met het type negatieve informatie en de mate waarin mensen de BV's kennen. Het nieuwsfeit waarin Wim Soutaer betrokken was bij een vechtpartij wekte in vergelijking met het drugsgebruik van Bart Kaëll negatievere gevoelens op bij proefpersonen. Deze negatieve gevoelens waren het sterkst bij mensen die de bekende Vlaming niet goed kenden.

Toch zou het zeer bekende en recente voorbeeld van Lance Armstrong als ambassadeur van de non-profitorganisatie *Livestrong Foundation* de huidige onderzoeksresultaten tegenspreken. De organisatie beweerde immers dat ze enorm veel inkomsten verloor naar aanleiding van Armstrongs dopingschandaal.

Kunnen we bijgevolg stellen dat dit dopingschandaal een uitzonderlijk en extreem gemediatiseerd geval was omdat Lance Armstrong iedereen jarenlang bedroog en de feiten bleef ontkennen? Of

dienen een reeks wetenschappelijk onderbouwde studies eerst uit te maken of de claim van de Livestrong Foundation daadwerkelijk gegrond is?

Rutger Luc Verschaeve