



HOOFDARTIKEL

‘Dat zij aangaven behoefte te hebben aan het verhaal, gaf ons de legitimatie die we nodig hadden.’

Wat is het verhaal van Defensie?

In het kort vertelt het verhaal wie er bij Defensie werken, wat Defensie doet, waarom militairen op missie gaan en waarom Defensie nodig is. Het verhaal begint met de zinnen: ‘Wij zijn Defensie. Onmisbaar in een wereld vol onrust.’ Daarna volgen nog enkele krachtige quotes als: ‘Dat is onze missie en daarvoor gaan we op missie’ en ‘Nederland is onze basis. Ons land zullen we altijd verdedigen.’ Het verhaal wordt afgesloten met de woorden: ‘Want als wij het niet doen, wie dan wel.’ Het volledige verhaal van Defensie en de verfilming van het verhaal kun je vinden op: www.defensie.nl/overdefensie.

Eigen personeel als ambassadeur

Kok: ‘We hebben onze corporate story niet zelf bedacht. Daarmee bedoel ik: we zijn niet met de

een proces als dit. Alleen dan krijg je een verhaal dat van alle medewerkers is en dat door iedereen gedeeld wordt. Bedenk je het verhaal andersom, dus van bovenaf, dan krijg je al gauw een verhaal waar niet iedereen zich mee kan identificeren. En dat werkt niet. Verder vond ik het ook heel tof om van creatie tot product bij deze corporate story betrokken te zijn, dat is echt mooi om mee te maken.’

Defensie beschermt wat ons dierbaar is

Breedveld: ‘Een half jaar. Dat is de tijd die we nodig hebben gehad om het verhaal van Defensie te formuleren en uiteindelijk te presenteren. Daar zijn vele groepsinterviews en gesprekken aan vooraf gegaan. Met de hulp van Van de Bank hebben we uit al deze gesprekken één verhaal geformuleerd.’ Van de Bank: ‘Op basis van de gesprekken heb ik een longlist gemaakt van de meest gebruikte woorden. Daarmee hebben we verscheidene alinea's van het (huidige) verhaal geschreven en hebben we verschillende varianten van het verhaal geformuleerd. Die hebben we vervolgens getest. Zowel binnen als buiten de muren van het ministerie. Daarbij konden mensen onder andere aangeven welke alinea's zij meer of minder interessant vonden. Op basis van de resultaten hebben we het uiteindelijke verhaal gemaakt.’

‘Naar aanleiding van de gesprekken hebben we ook de pay-off van de corporate story geformuleerd. Die luidt: “Defensie beschermt wat ons dierbaar is”. Hier kun je op verschillende manieren invulling aan geven’, vertelt Breedveld. ‘Zo betreft de een het op zijn eigen gezin, terwijl de ander er juist voor wil zorgen dat meisjes in Afghanistan – net als meisjes in Nederland – gewoon naar school kunnen gaan.’

Legitimeren wat we doen

Breedveld: ‘Wat ons heel erg heeft geholpen, is dat we het verhaal van Defensie intern heel zichtbaar hebben gemaakt. Dit hebben we gedaan door steeds twee mensen uit de organisatie aan het woord te laten. Dit [zie foto, red.] waren de sergeanten Wiren en Jenny, twee militairen die als ambassadeurs van het verhaal een cruciale rol hebben gehad in het besluitvormingsproces. Dat zij aangaven behoefte te

hebben aan het verhaal, gaf ons de legitimatie die we nodig hadden. Dat hebben wij gebruikt om naar de top van het ministerie te motiveren dat het verhaal écht moest zijn zoals het nu is.’

Jenny Verrijth, sergeant bij de landmacht

‘Ik vind het belangrijk dat mensen weten waarom Defensie er is en waarom we nog bestaan. Daarom werk ik graag mee aan de corporate story. Want soms is het lastig om het waarom van Defensie uit te leggen aan vrienden en familie. Het afgelopen half jaar ben ik zeer nauw betrokken geweest bij de ontwikkeling van de corporate story én heb ik het verhaal op verschillende gelegenheden voorgedragen. Ik ben heel blij dat ik aan dit project heb meegewerkt en ik ben ontzettend trots op het resultaat.’

Hoe nu verder?

Het verhaal van Defensie is geformuleerd. Maar dat betekent niet dat het project is afgerond. Breedveld: ‘Nu is het belangrijk dat we het verhaal vertalen naar allerlei middelen. Om bijvoorbeeld te gebruiken als mensen ergens spreken.’ Kok: ‘We hebben al een pool van militaire sprekers. Elke zaterdag vertellen zij hun persoonlijke verhaal in het Nationaal Militair Museum in Soesterberg. Die lezingen worden drukbezocht [zie foto op de vorige bladzijde, red.]. Met deze lezingen zorgen we naast draagvlak ook voor direct contact met de samenleving. Zo sprak er laatst een vlieger over zijn ervaring in oorlogsgebied. Een situatie waar mensen in Nederland zich maar weinig bij kunnen voorstellen. Maar als hij vertelt over hoe hij op het laatste moment de koers van een raket verandert om het aantal burgerslachtoffers zo laag mogelijk te houden, dan spreekt de ziel van Defensie. En dat merk je, want de mensen hangen aan zijn lippen. Op zo’n moment maak je écht contact met de samenleving en creëer je ruimte voor draagvlak.’ ●

C #2 - MAART 2016

De zwijgende meerderheid

Vol staan de kranten met artikelen over het zoveelste protest bij de aankondiging van een azc in dorp of wijk. Telkens weer met foto's van onruststokers die in steeds heftiger bewoordingen hun onvrede over de komst van vluchtelingen kenbaar maken. ‘Ausländer Raus’, ‘Grenzen dicht’, ‘Eigen volk eerst’. We kijken niet meer van op van dergelijke uitspraken. Daar tegenover staat een meerderheid die denkt en handelt vanuit compassie met de mensen die de oorlog ontvluchten. Deze meerderheid zwijgt. In plaats van praten steken velen van hen de handen uit de mouwen om, naast hun dagelijkse werkzaamheden, het leven van de vluchtelingen iets aangenamer en zinvoller te maken. De mensen die deze meerderheid vormen organiseren zich niet. Zij behoren niet tot een eenduidige ideologische groep. Het zijn normale mensen, ze zitten overal. Precies daarom horen we ze niet in het publieke debat en spreken we van de zwijgende meerderheid. Nieuws is immers wat afwijkt van het normale, zo leert Joris Luyendijk ons. Over de brave mensen en de dagelijkse dingen die voorbij gaan, lezen we niet in de krant. In plaats daarvan berichten de media over misstanden, conflicten, oorlog en schandaal. Hoe extremer, hoe beter. Zo krijgen de grootste schreeuwers de meeste aandacht. Het onbedoelde gevolg: de schreeuwendere minderheid bepaalt het discours in de samenleving.

Het probleem is dat we dit discours gaandeweg beschouwen als de heersende opinie. We worden er immers dagelijks mee geconfronteerd. Met als gevolg dat steeds meer mensen in de dagelijkse gesprekken die zij met elkaar voeren nationalistische uitspraken doen, dat die uitspraken in steeds bredere kringen worden geaccepteerd, en vervolgens de rechtvaardiging vormen voor maatregelen die een decennium geleden volstrekt onaanvaardbaar waren geweest: Europese landen worden gescheiden met prikkeldraad, we maken onderscheid op basis van fysieke kenmerken van mensen en we dringen er op aan onze wetten aan te passen om een aparte behandeling van ‘potentiële’ terroristen mogelijk te maken. Aangejaagd door de media maken we in onze dagelijkse gesprekken het ongewone normaal. Het wordt hoog tijd dat zowel de media als iedereen die meepraat verantwoordelijk neemt om die onbedoelde gevolgen te voorkomen. ●

OP DE CAMPUS



‘In onze dagelijkse gesprekken wordt het ongewone normaal’

Auteur
Noelle Aarts
Hoogleraar Strategische Communicatie aan Wageningen Universiteit en aan de Universiteit van Amsterdam (Logeion-leerstoel)

Fotograaf
Leontine van Geffen-Lamers