

# Column

## merk Overheid

**I**k open de vergadering. We spreken vandaag over het nieuwe communicatieplan. We weten allemaal wat de aanleiding was voor dit plan: het afnemend vertrouwen van mensen in ons als hun overheid. Recentelijk hebben we dat vertrouwen, door ons gedraai over de inval in Irak, en onze premature reactie op de commissie-Davids, nog meer schade toegebracht. Dat is uiterst zorgelijk.

Daarom ben ik verheugd dat we de meest gerenommeerde branding-specialist hebben weten te strikken om dat vertrouwen weer terug te brengen. Zijn voorstellen om te investeren in het merk Overheid, onder meer met een grote publiekscampagne, maken mij erg enthousiast. Hoe belangrijk dat is wordt nog eens onderstreept door deze passage, waarin de auteurs uitleggen dat meer vertrouwen in de overheid betekent dat die haar taken beter kan uitoefenen, wat de burger rechtstreeks ten goede komt. Dat bewijst wat ik steeds heb gezegd: branding is een effectieve besteding van publieke middelen.

Ik lees hier met genoeg dat de pilotfase van de campagne uitstekend is verlopen. Na het bekijken van de spotjes en de interactieve website was het aantal mensen met positieve associaties bij het merk Overheid – denk aan betrouwbaarheid, verantwoordelijkheidsgevoel, gezag – met 11,3 procent gestegen. Dat zijn mooie cijfers. Ik zou zelf nog graag de associatie ‘geloof in oprechtheid’ aan het rijtje willen toevoegen, een belangrijk aspect van ons merk. Misschien kan de expert dadelijk uitleggen hoe je het geloof van het publiek in onze oprechtheid kunt verhogen, en wat dat extra zou gaan kosten.

Ik wil ook nog meer horen dadelijk over het ‘uitrollen van de campagne’, nu gepland voor het najaar. Mijns inziens zouden we dit tijdstip moeten vervroegen, zodat we beter scoren bij de verkiezingen in maart. Ik bedoel natuurlijk niet politiek scoren – stel je voor! – maar het zou de opkomst misschien kunnen verhogen. Want we kunnen natuurlijk niet hebben dat mensen wegblijven bij de verkiezingen, omdat ze denken dat wij toch gewoon doen wat we zelf denken dat goed voor hen is. Die emotie moet met kracht worden bestreden. Dat moet lukken met het spotje waar ik nu voor moet gaan trainen, ‘Luisterend oor’ heet het. Ik moet er dus vandoor, er wordt op me gewacht. Bekende acteur, is al weken met me bezig, maar het resultaat wordt geweldig. We winnen dat vertrouwen wel terug, dat weet ik zeker.

Reageren? [Klaartje.Peters@rePublic.nl](mailto:Klaartje.Peters@rePublic.nl)

**Klaartje Peters**  
(40) is zelfstandig onderzoeker en publicist

