



MEMORANDUM

Elke Vlaming ambassadeur
Vlaamse publieksdiplomatie
i.s.m. het Vlaamse middenveld

11 juli 2009

*Beweging Vlaanderen-Europa, Marnixring Internationale Serviceclub vzw,
Verbond der Vlaamse Academics en Vlamingen in de Wereld*

Inhoudsopgave

Verantwoording	3
1. Inleiding	4
2. Algemene strategische aandachtspunten	6
3. Model van publieksdiplomatie voor Vlaanderen	8
4. Concrete voorstellen voor beleidsacties.....	9
4.1. Innovatie als hefboom voor internationalisering	9
4.2. Infomateriaal	9
4.3. Meer samenwerking met Brussel	10
4.4. Politieke vorming van Vlamingen	10
4.5. Onderwijs	11
4.6. Cultureel aanbod als internationale troef volgens een welbepaalde strategie	12
4.7. Belgisch voorzitterschap van de Europese Unie	13
4.8. Vlaamse publieksdiplomatie	13
Identiteit	13
Vlamingen op reis in het buitenland	14
Vlaamse productambassadeurs	14
Vlamingen in de wereld	14
Vlaamse feestdag in het buitenland	15
Financiële en personele ondersteuning	15
Top van de Nederlandstalige Landen	16
Journalisten	16
Rondreizende tentoonstelling rond 7 eeuwen Vlaamse kunst	16
Promotiefilms	16
Voorbeelden uit Amerikaanse publieksdiplomatie	17
Netwerken	17
5. Besluit	17

MEMORANDUM
Elke Vlaming ambassadeur.
Vlaams publieksdiplomatie i.s.m. het Vlaamse middenveld

Met dit Memorandum willen de *Beweging Vlaanderen-Europa*, de *Marnixring Internationale Serviceclub vzw*, het *Verbond der Vlaamse Academics* en *Vlamingen in de Wereld*, enkele voorstellen formuleren voor de onderhandelaars van de politieke partijen die het nieuwe regeerakkoord na de Vlaamse verkiezingen van 7 juni 2009 zullen schrijven.

De bevoegde departementen (DiV; VLEVA; FIT; Toerisme Vlaanderen; Strategische Adviesraad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media; Departement Onderwijs en Vorming; Toerisme Vlaanderen; ...) krijgen dit Memorandum ook toegestuurd.

Als actoren in het Vlaamse middenveld zijn wij er immers van overtuigd dat alle Vlamingen een verantwoordelijkheid en een taak hebben op het vlak van Vlaamse publieksdiplomatie.

Onze voorstellen zijn gebaseerd op een symposium dat we hierover organiseerden op 5 mei 2009. Alle teksten daarvan zijn na te lezen op www.vlaandereneuropa.net

An De Moor
Voorzitter 'Beweging Vlaanderen-Europa'

3

Filip De Vlieghere
Voorzitter 'Marnixring Internationale Serviceclub vzw'

Prof. dr. Frank Fleerackers
Voorzitter 'Verbond der Vlaamse Academics'

Walter Thiebaut
Voorzitter 'Vlamingen in de Wereld'

1. Inleiding

Wij willen ons, om te beginnen, aansluiten bij een aantal aspecten zoals geformuleerd door de Strategische Adviesraad internationaal Vlaanderen in haar “*Memorandum: een Vlaamse regering met een open blik op de wereld*” van april 2009. We hebben het dan meer bepaald over de punten 1.1., 1.4, 2.10 en 2.11.

“De Vlaamse regering moet een hoog ambitieniveau aan de dag leggen voor haar internationaal beleid. Zij dient er zich van bewust te zijn dat quasi alle domeinen van binnenlands beleid voortdurend in interactie staan met Europese en internationale beleidsontwikkelingen, en van de noodzaak hieraan bestuurlijke consequenties te verbinden en hierbij zelf het subsidiariteitsbeginsel intern toe te passen.”

“De Vlaamse regering dient in al haar beleidsdomeinen een bijzondere inspanning te leveren voor het imago van Vlaanderen in het buitenland en bij de internationale gemeenschap aanwezig in Brussel en Vlaanderen. Ze voorziet de nodige middelen voor een actief en doeltreffend promotie- en communicatiebeleid.”

“De Vlaamse regering kiest voor een brede invulling van de Vlaamse diplomatie. Naast het verfijnen van het bestaande netwerk van politieke en economische vertegenwoordigers, zet het in op de uitbouw van culturele en publieksdiplomatie. Vlaanderen staat op cultureel vlak in vele domeinen aan de top, maar dient deze positie ook internationaal uit te spelen. Via een actieve publieksdiplomatie kan het draagvlak voor het buitenlandse optreden worden vergroot en de acties en het netwerk van elke Vlaamse burger, instelling of organisatie met interessante buitenlandse contacten of projecten worden gevaloriseerd.”

“Vlaanderen voert een actief internationaal communicatie- en promotiebeleid om het imago en de troeven van Vlaanderen uit te dragen zowel naar de internationale gemeenschap in eigen land alsook naar het buitenland.”

Daarnaast willen wij ons ook aansluiten bij een vroegere adviesnota van de Strategische Adviesraad internationaal Vlaanderen, nl. Advies 2008/28 over “*Beeldvorming van Vlaanderen in het buitenland*”, van december 2008, punten 4.3.4. en 4.3.5. die gaan over het voeren van een sterk internationaal cultuurbeleid en de organisatie van internationale evenementen in Vlaanderen. Onder 4.3.5. lezen we: “Ook moeten partnerschappen met andere regio’s of private actoren worden nagestreefd.”

De recente actualiteit bracht ons terug bij de vraag: is werken aan het Vlaamse imago in het buitenland belangrijk of nodig? Wij zijn er als actoren binnen het Vlaamse middenveld van overtuigd dat wie het Vlaams buitenlands beleid in twijfel trekt ook de Grondwet¹ in twijfel trekt (art. 167: “De Koning heeft de leiding van de buitenlandse betrekkingen, onverminderd de bevoegdheid van de gemeenschappen en gewesten om de internationale samenwerking te regelen...”): Vlaanderen heeft m.a.w. recht op een buitenlands beleid volgens de Grondwet. Het argument van sommigen dat dit “geldverslindend” zou zijn, gebruikt een dooddoener die datgene beoogt wat aan de Vlaamse deelstaat wordt verweten, nl. dat niemand in het buitenland Vlaanderen kent. Waarom zou een deelstaat zich niet mogen profileren? En begunstigt de naambekendheid van een deelstaat niet ook het grotere geheel? Denk aan Beieren of Bavaria die zichzelf promoten en daardoor toeristen en investeerders aantrekken. Zij fungeren zo ook als springplank voor de rest van Duitsland.

Als Vlaanderen zo onbekend, is België dan zoveel bekender? Bij “Flanders” denkt de gemiddelde Amerikaan aan een figuurtje uit de Simpsons. Maar welk beeld roept België dan op? België blijkt weinig bekend en heeft, daar waar het toch gekend is, een saai imago².

Wat Vlaanderen zo uniek maakt, is dat het op een kruispunt van culturen ligt, in de Gouden Delta, en de “hoofdstad van Europa” omsluit. De Globalisering komt hier om de hoek kijken en zij raakt het culturele, maatschappelijke en economische domein. Vlaanderen speelt een rol op al deze domeinen en zal dus ook hiervan internationale repercussies ondervinden.

Er zijn een aantal dossiers waarin Vlaanderen over de hekel gehaald is, dossiers die te maken hebben met die ligging op het “kruispunt van culturen”. Werken aan een goed imago is dus belangrijk.

Vlaanderen is een successtory, maar dat hoor je te weinig. De staats Hervormingen zijn de reden waarom de regio's het zo goed doen op economisch, administratief en cultureel vlak. Er is héél veel leven, waarom wordt daar dan zo weinig over gepraat?

Een positief imago is meer en meer bepalend om investeringen, export en toeristen aan te trekken waardoor het publiek een consument van diplomatie is. Als actoren binnen het Vlaamse middenveld willen wij ons steentje bijdragen aan een positief Vlaams imago.

¹ Artikel 167 § 3: De in artikel 121 bedoelde Gemeenschaps- en Gewestregeringen sluiten, ieder wat haar betreft, de verdragen die betrekking hebben op de aangelegenheden waarvoor hun Parlement bevoegd is.

² Cfr. kritisch artikel van Barones Doornaert van 25 april 2009 in De Standaard.

2. Algemene strategische aandachtspunten

Er is nood aan een globale visie, sturing en het zetten van prioriteiten naast het stroomlijnen van de talrijke lovenswaardige maar versnipperde initiatieven op het vlak van publieksdiplomatie.

Er is bovendien nood aan ernstig onderzoek naar het hele juridische kader waarin veel van de kritiek die het imago van Vlaanderen negatief bepaalt, wordt geformuleerd.

We moeten de moed hebben om op basis van stevig studiewerk een toetsing te doen aan de Europese rechtsregels.

We zijn nog te braaf en traag in het zelf zetten van stappen in de richting van de Europese Commissie. Bijvoorbeeld: er zou kritiek geuit zijn op de 'boycot' van de verkiezingen in de rand om Brussel. We mogen niet wachten tot de EU zelf vragen stelt, maar **proactief** gaan uitleggen dat het enkel om een symbolische actie gaat.

De toekomstige Vlaamse bewindslieden moeten meer systematisch aandacht hebben voor het buitenland en zich daar ook manifesteren. Nu ziet men daar nog te weinig het nut van in met als resultaat dat Vlaanderen te weinig aanwezig is op allerlei buitenlandse fora.

Wij hopen daarom dat de volgende Vlaamse regering zich beter bewust is van het enorme belang van een constante aandacht voor het Europese en internationale gebeuren. **Het zou heel handig zijn als er één minister voor buitenlands beleid is. Bij voorkeur valt deze bevoegdheid onder de Vlaamse Minister-President. Als dat niet kan, moet elke minister van die Vlaamse regering zich bewust zijn van het feit dat hij/zij ook verantwoordelijk is voor het buitenlands beleid. Iedereen moet zich bewust zijn van het enorme belang van het buitenland voor Vlaanderen.**

We moeten rijp genoeg zijn om een open en publiek debat aan te gaan en eventueel ook een aantal zaken te laten sneuvelen als blijkt dat die de toets van die rechtsregels niet aankunnen. Dat moet uitmonden in een positiebepaling, een serieus debat over wat we nu eigenlijk willen met dat imago en waar de problemen zitten. Dat moet gebeuren op het niveau van het Vlaams Parlement en op het niveau van de toekomstige Vlaamse Regering. Dat moet uiteindelijk leiden tot een sterker proactief beleid.

2.1. Het imago van Vlaanderen bij de Europese unie is heel slecht.

Elke maatregel met enig politiek gewicht van de Vlaamse regering die betwist wordt door Franstalig België, roept vragen op van de Europese commissie. Zo staat alles wat naar etnisch nationalisme ruikt, in een kwaad daglicht bij de EU en bij journalisten. Het is belangrijk om daarmee rekening te houden.

Er komen ook veel vragen van EU-parlementsleden, diplomaten van andere lidstaten en ambtenaren die voor de Europese instellingen werken. Er blijken enorm veel misverstanden te bestaan die met een beetje duiding toch op begrip kunnen rekenen.

Vandaag de dag worden heel wat dubbelzinnigheden verteld, die niet stroken met onze federale grondwet. De uitspraken van buitenlandminister Karel De Gucht n.a.v. de opening van het Flanders House in New York zijn illustratief in dit verband.

Vlaanderen moet staan op duidelijke afspraken tussen de federale overheid en de regio's, zodat iedereen zich houdt aan de bevoegdheden die welomschreven zijn in de grondwet en het karakter uitmaken van ons land. Deze federale bevoegdheidsverdeling moet ook als dusdanig naar en in het buitenland gecommuniceerd worden. Door hier consequent naar te handelen worden dergelijke incidenten vermeden.

Vlaanderen zou beter voorbereid moeten zijn op het vlak van **crisiscommunicatie** naar de buitenlandse pers toe. Voor elk belangrijk en politiek gevoelig dossier waarvoor op internationaal vlak potentieel een politieke veroordeling, of juridische veroordeling dreigt, dient op voorhand een gebalde **strategische fiche** te worden opgesteld. Uiteraard dient ook de boodschap van een internationaal gevoelige politieke beslissing door één herkenbaar persoon te worden gecommuniceerd. De aanstelling van de Vlaamse Regering om één communicatieverantwoordelijke t.a.v. de internationale pers aan te stellen, is bemoedigend. uniforme positie wordt ingenomen omtrent de Belgische staatsorganisatie.

2.2. “Vlaanderen” is in het binnenland onvoldoende zichtbaar

Bij veel Vlaamse instellingen verdwijnt het prefix 'Vlaams'. Op die manier verdwijnt een manier om aan publieksdiplomatie te kunnen gaan doen. Misschien komt dat doordat beleidsmensen nog altijd een zekere angst hebben voor 'Vlaams'. Tal van goedwerkende Vlaamse overheidsinitiatieven zijn daardoor door de Vlamingen niet gekend als initiatieven waarvoor de Vlaamse overheid bevoegd is. Een eerste reeks instellingen hebben misschien wel een mooie naam, maar verwijzen in hun communicatie op geen enkele wijze naar Vlaanderen: Kind en

Gezin, de Lijn, Bloso, Aquafin, Gemeenschapsonderwijs, PMS-centra, Openbare Bibliotheken, Culturele Centra. Men ziet en beseft niet dat de Vlaamse overheid de determinerende factuur betaalt. De binding met een tweede reeks instellingen is onduidelijk doordat Vlaanderen onherkenbaar in een afkorting verstopt zit: VDABV, OCMW, VLAM, FIT, VRT, OVAM, GIMV, enz. Zo is 90 procent van de Vlaamse begroting onzichtbaar voor Vlamingen. Vermits uit onderzoek van onder meer de Nederlandse Nyenrode Business Universiteit het belang blijkt van vertrouwen³ in de overheid voor de economische groei, zijn de effecten zowel binnenlands als buitenlands positief. **Bij de naamgeving van nieuwe Vlaamse agentschappen en andere instellingen, zou voor het prefix ‘Vlaams’ moeten gekozen worden.**

2.3. Er is een groot gebrek aan kennis over België en de positie van Vlaanderen daarin.

Er moet vertrokken worden vanuit een **grondige analyse** van wat er mis is met het imago van Vlaanderen. Daarbij moet rekening gehouden worden met de omstandigheden van andere landen: de meeste Europeanen komen uit landen met een gevestigde eenheidstaal die niet ter discussie wordt gesteld, of uit grote landen waar weinig problemen zijn met integratie op taalvlak omdat de talen van die landen zó krachtig zijn dat iedereen zich wel automatisch naar die taal plooit. Vlaanderen zit daarbij in een heel nadelige startpositie.

3. Model van publieksdiplomatie voor Vlaanderen

Wij zijn het eens met onderzoekers zoals dr. Ellen Huijgh die pleiten voor een **institutionalisering** van publieksdiplomatie naar het voorbeeld van Québec, omdat het garant staat voor een netwerkmodel van publieksdiplomatie in plaats van een voorbijgestreefd informatiemodel. Daarnaast zijn wij er met onderzoeker dr. David Criekemans van overtuigd dat voor Vlaanderen een **publieksdiplomatie met netwerkmodel** zeer bruikbaar is. Het onderlijnt dat **zowel de overheid, het bedrijfsleven als het maatschappelijke middenveld daarbij een stake holder** zijn.

³ Cfr.ook prof. dr. Francis Fukuyama, “Trust: The New Foundations of Global Prosperity”, Northwestern University Press, ISBN 0-241-13606-7. Een mentaliteitswijziging is nodig als antwoord op de economische crisis. Vertrouwen in de medemens, vertrouwen in de overheid, vertrouwen in de culturele identiteit, vertrouwen in de toekomst zijn enkele varianten van het sleutelconcept “trust” van Fukuyama. Het wordt het basisbegrip van de cultureel gedreven markteconomie met gemeenschappelijke culturele waarden als bron en motor van groei en welzijn.

4. Concrete voorstellen voor beleidsacties

4.1. Innovatie als hefboom voor internationalisering

Vlaanderen moet meer deelnemen aan toonaangevende **internationale kennisnetwerken**.

Daarvoor kunnen leden van het Vlaamse middenveld, meer bepaald van de onderschrijvers van dit Memorandum, niet alleen aangesproken worden maar ook via een bewustmakingsproces op hun verantwoordelijkheid gewezen worden.

Daarnaast moeten Vlaamse denktanks opgericht worden zoals het European Policy Centre, met het oog op het enorme internationale potentieel in Brussel (journalisten, diplomaten, studenten, ...). De oprichting van een Vlaamse denktank die in het Engels activiteiten rond internationale politiek organiseert, moet overwogen worden.

4.2. Infomateriaal op internationale beurzen en congressen

Internationale beurzen zijn de ‘tankstations’ van de wereldeconomie en de bron van veel investeringen. Vlaanderen zou op internationale beurzen moeten vertegenwoordigd zijn met een officiële Vlaamse stand. Deze is de spreekbuis voor de op de beurs aanwezige Vlaamse bedrijven en voor de Vlaamse bedrijven in het thuisland in die sector. Het zorgt telkens voor een lijst van mogelijke buitenlandse investeerders of potentiële zusterbedrijven. Op deze stand moet een database voorhanden zijn naargelang de sector en het vakpubliek. Hierdoor kunnen zeer gericht Vlaamse bedrijven voorgesteld worden aan buitenlandse bedrijven die vragende partij zijn. Een advies voor het Departement Internationaal Vlaanderen, voor de vertegenwoordigers van FIT en de nieuwe imagomanager is om enerzijds meer werk te maken van **infomateriaal** dat bijvoorbeeld Vlaamse ondernemers mee zouden moeten nemen naar hun contacten met het buitenland. Anderzijds moet Vlaanderen er ook voor zorgen dat het zich profileert op internationale beurzen. Lees de geschiedenis na en de reacties van vele CEO’s: de grootste opportuniteiten, de beste investeringen, de beste contacten worden gemaakt tijdens een crisisperiode. Dan moet je de kansen grijpen, dan moet je aanwezig zijn, dan moet je je (nu nog) sterke basis consolideren.

Waarom naar het voorbeeld van de vertegenwoordigers van Vlamingen in de Wereld ook geen andere ondernemers in Vlaanderen zelf vragen om in hun sector Vlaams ambassadeur te zijn, als **ondersteuning van de vertegenwoordigers van FIT** (Flanders Investment and Trade)? Ook hier kan het middenveld als tussenpersoon fungeren via de geëigende kanalen.

4.3. Meer samenwerking met Brussel

Heel wat buitenlanders kennen Vlaanderen niet, maar kennen wel Brussel. Daarom moeten we Brussel meer uitspelen als een troef en de relatie met Brussel (en ook andere naburige regio's) strakker aanhalen. Dat zou onder meer kunnen door een netwerk uit te bouwen met alle **Vlaamse ambtenaren bij de Europese Unie** en ook hen te vragen om aan publieksdiplomatie te doen. Nu zijn die contacten zo goed als onbestaande. Ook hier kunnen we weer veel leren van de netwerken van andere regio's, zelfs van Wallonië. Hun slogan "Wallonia creates the taste sensations of Belgium" net als de toevoeging "our Brussels National Airport" is bijzonder knap gevonden.

Ook Vlaanderen moet de naam Brussel in haar communicatie toevoegen.

Het Vlaamse middenveld – zoals de ondertekenaars van dit Memorandum - en de Vlaamse ondernemers zouden kunnen gevraagd worden om mee te werken aan tentoonstellingen en incentives in het Europees Parlement (cfr. de tentoonstelling van de Republiek Estland die mei 2009 in het Boudewijngebouw in Brussel liep).

4.4. Politieke vorming van Vlamingen

Vlaanderen zit enerzijds met een heel diffuus natiegevoel.

Als Vlamingen in de verdediging gaan doen ze dat te krampachtig en te weinig gecoördineerd. Vlaanderen denkt dat men de problemen toch niet zal begrijpen en communiceert er dan ook heel slecht over, wat nóg slechter is voor het imago. Typisch Belgische problemen zijn niet moeilijk uit te leggen aan buitenlanders als je het kan doen met een voorbeeld waar ze mee bekend zijn: als je bijvoorbeeld BHV moet uitleggen aan een Amerikaan, kan je de vergelijking trekken met Washington D.C. en Maryland.

Vlamingen krijgen vaak de indruk dat alle kritiek negatief is, terwijl er in het verleden al uitspraken zijn geweest van het Hof van Justitie van de EU en van het Hof voor de Mensenrechten van Straatsburg die een aantal punten van het Vlaamse beleid - zoals het territorialiteitsbeginsel - hebben ondersteund.

Anderzijds is er de vaststelling dat er tussen de 280 regio's in Europa een bijzonder intens netwerk bestaat, al of niet gefinancierd door de EU, met rijke samenwerkingsverbanden in de meest moderne sectoren van innovatie, alternatieve energie, research, leefmilieu. Het is dus niet alleen op het niveau der soevereine staten dat Vlaanderen partners kan vinden. Netwerken

onderhouden met al deze regio's of zelfs met een deel ervan, is slechts mogelijk indien ook het Vlaamse middenveld haar verantwoordelijkheid opneemt en Vlaanderen op de kaart zet.

Als we willen dat de Vlaming een ambassadeur is voor Vlaanderen, zou ook zijn politieke vorming mogen aangemoedigd worden. De Bondsrepubliek Duitsland streeft er bijvoorbeeld ook naar om haar eigen burgers meer democratisch bewustzijn bij te brengen. Dat doet ze onder meer via de Bondscentrale voor Politieke Vorming (debatten, boeken, tijdschriften, audio-visueel materiaal tegen lage prijs of gratis) en via de parlementaire weekkrant 'Das Parlament'. Daarin vinden we niet alleen grote parlementaire debatten, maar ook analyses van binnen- en buitenlandse politiek. Waarom geen **Vlaamse parlementaire krant** in het leven roepen die de debatten in het parlement weergeeft en analyseert? Gezien het rapport over de Vlaamse parlementsleden (DS 26 april 2009) zou dat wel nuttig kunnen zijn. En waarom ook geen **Vlaamse Centrale voor Politieke Vorming** naar het voorbeeld van Duitsland oprichten? Dit zou kunnen gevormd worden naar analogie met enerzijds het Centrum Ryckvelde dat scholen over 'Europa' informeert en hen begeleidt bij hun internationale projectwerking. Anderzijds naar analogie met de Stichting Ryckvelde dat Europa dichterbij de burger wil brengen en via vorming, campagnes en debatten rond de Europese samenwerking informeren en sensibiliseren. Bovendien dient de Vlaamse Regering, daarin gesteund en gestuwd door het Vlaams Parlement, haar politieke standpunten m.b.t. haar belangrijkste buitenland dossiers niet alleen vroegtijdig te communiceren naar de internationale gemeenschap (cf. de niet-benoeming van de Brusselse burgemeesters in de Rand, de inzet van de Wooncode, het wegvignet, haar positie m.b.t. de WHO- onderhandelingen, enz.) maar ze dient ze ook beter kenbaar te maken aan de eigen bevolking.

4.5. Onderwijs

Onderwijs en vorming, in brede zin, zijn de geijkte wegen om Vlamingen aan te zetten tot interactie, en bijgevolg eveneens tot voorbeeldgedrag.

Wij moedigen onze scholen, hogescholen en universiteiten aan om werk te maken van samenlevingsvorming, waarbij jonge Vlamingen middels interactie bewogen worden tot betrokkenheid bij en inzet voor hun gemeenschap.

Wij stellen voor dat aan hogescholen en universiteiten in het kader van de lopende onderwijs hervorming wordt opgedragen deze attitude als eindterm in het curriculum op te

nemen, desgevallend geschraagd door een interuniversitair en interdisciplinair centrum rond gemeenschapsvorming.

Ook stellen wij voor dat er een fonds opgericht wordt dat het onderwijs van alle geledingen in staat stelt om buitenlandse gastsprekers uit te nodigen (wetenschappers, diplomaten, journalisten) zodat er een directe interactie is tussen de Vlaamse en de internationale gemeenschap.

Wij wensen bovendien dat het gebruik van de Nederlandse taal als onderwijs- en onderzoekstaal gewaarborgd blijft.

4.6. Cultureel aanbod als internationale troef volgens een welbepaalde strategie

Vlaanderen kent een sterke positie op het vlak van kunst en cultuur, maar die is nog te weinig gekend in het buitenland. Daarom moeten we de promotie van cultuur in het buitenland meer bundelen en internationaal uitspelen. Er moet daarom werk gemaakt worden van een serieuze cultuurstrategie. We doen van alles in het buitenland en besteden flink wat geld aan culturele uitwisselingen, maar over de band met het buitenlands beleid heerst een taboe.

Verder dienen we nog veel meer de Vlaamse culturele diaspora in beeld te brengen, van Verriest in China, tot pater Desmet in de USA naast de vele missionarissen in alle uithoeken van de wereld.

Het belang van Vlamingen op sleutelmomenten in de geschiedenis wordt al te zeer verwaarloosd, in tegenstelling met onze Noorderburen die dit jaar in New York een gigantische campagne opgezet hebben.

De invoering van **culturele ambassadeurs** moet opnieuw overwogen worden. Een mooi voorbeeld is het sterke lobbywerk van Erwin Joos met de Antwerpse vzw Van Mieghem Stichting in Amerika en Israël. De stad en provincie Antwerpen nemen duidelijk het voortouw om zichzelf op de kaart te zetten. Denk maar aan de aanwezigheid in Tokio, Shanghai en Singapore de volgende maanden met een tentoonstelling over de Antwerpse mode en een andere over beeldcultuur. Vlaanderen kan hier niet achterwege blijven.

Vlaanderen beschikt gelukkig over heel wat potentiële ambassadeurs. Naast heel wat Vlaamse jongeren die ereplaatsen behaalden in diverse wedstrijden zoals in de internationale wedstrijd voor zonnewagens, denken wij ook aan de Koningin Elisabethvirtuoos Liebrecht Vanbeckevoort,

aan de bekroning van Jan Fabre in Frankrijk, aan Luc Tuymans (als moderne exponent van de Vlaamse traditie in het schilderen en niet van een Belgische traditie) en aan Frank Dewinne met de vele interstellaire Nederlandstalige interviews. De Vlaamse imagomanager zou hen moeten aanspreken om Vlaanderen mee op de kaart te zetten.

In het contract met de culturele ambassadeurs moet echter wel gestipuleerd worden dat ze zich als Vlaming moeten profileren. **Het gebeurt nu te vaak dat Vlaamse kunstenaars genieten van Vlaamse subsidies maar zich openlijk als niet-Vlaams uiten of er zich soms bijna voor voldoende geld en personeel verontschuldigen dat ze Vlaming zijn.**

4.7. Belgisch voorzitterschap van de Europese Unie

- Een mooie opportuniteit om het imago van Vlaanderen te verbeteren, is het **Belgisch voorzitterschap van de Europese Unie vanaf 1 juli 2010**. Vlaanderen zou dat moeten actief invullen op de domeinen waar ze zelf het voorzitterschap op zich neemt. Tussen 1 en 11 juli 2010 kan de 11-Daagse Vlaanderen-Europa tijdens de campagne Vlaanderen Feest! hier aandacht aan besteden in binnen- en buitenland. Dit kan enerzijds door het als thema vast te leggen voor alle actoren. Anderzijds door extra evenementen in het kader van het voorzitterschap te organiseren.
- De Vlaamse overheid kan gebruik maken van het Belgische EU-voorzitterschap om het voortouw te nemen in de bevordering van het vrij verkeer van personen binnen de Europese Unie. Er bestaat al veel langer een regelgeving inzake het vrij verkeer van kapitaal en goederen. Er is op dit vlak heel wat vooruitgang geboekt, maar er is een achterstand wat betreft het vrij verkeer van personen.

De Vlaamse overheid kan ijveren opdat de bilaterale regelgeving inzake binationale huwelijken en het familierecht binnen de Europese Unie vervangen wordt door een Europese regelgeving. Het is inderdaad zo dat problemen van internationaal privaatrecht meestal en in grote meerderheid geregeld worden door bilaterale verdragen tussen staten. Deze bilaterale verdragen zouden in de EU moeten vervangen worden door een Europese regelgeving.

4.8. Vlaamse publieksdiplomatie

- 1) Uit onderzoek blijkt het belang van samenwerking met de eigen burgerlijke samenleving. Elke Vlaming moet het imago van Vlaanderen naar buiten brengen (de **externe identiteit**). Om dat te kunnen doen met elke Vlaming overtuigd zijn van zijn eigen interne identiteit. Ook hier

ligt een opdracht bij de Vlaamse overheid, bij de betrokken administraties en bij het Vlaamse middenveld. Het buitenlands beleid helpt - zoals in tal van landen - zelfs mee zorgen om de nationale identiteit vorm te geven.

- 2) De beste voorbeelden van succesvolle regiocommunicatie zijn wellicht Californië, Texas, Quebec, Schotland, Beieren, Catalonië en Toscane. Een gemeenschappelijke noemer voor allen is hun toeristische reputatie. Daardoor mobiliseren ze zeer grote lagen van de bevolking. De toeristische troeven zijn landschappelijk, kunsthistorisch en/of artistiek al dan niet versterkt met grote evenementen als de Olympische Spelen. Deze toeristische strategie uit zich bovendien in een aantal sterke productambassadeurs (Californische wijn, Schotse whisky), sportploegen (Bayern München, FC Barcelona), culturele ambassadeurs en actieve steden die hun volledige regio meetrokken. De beste regio's hebben bovendien een stevige faam als high-tech of investeringsplaats. Maar ook de politiek (zelfbewuste) weerklank in het nieuws heeft sommigen bekendheid geschonken. Denk maar aan 'Quebec libre', 'Scottish devolution', 'Freistat Bayern', 'Catalonia un país'. Deze buitenlandse succesverhalen schetsen de lijnen van wat Vlaanderen kan doen om zijn bekendheid in de wereld te bevorderen. Naast het belang van Toerisme Vlaanderen blijkt uit een Europees onderzoek dat ook de **reizende bevolking de tweede belangrijkste bron van informatie over een land** is. Het komt erop aan dat Vlamingen zich nog meer bewust moeten zijn van de toeristische troeven hier in Vlaanderen. De drie facetten van Vlaamse kunststeden, de Vlaamse kust en groen Vlaanderen zouden tot de bagage van iedere Vlaming moeten behoren. De Vlaamse imagomanager moet ook een strategie voor deze doelgroep ontwikkelen.
- 3) De buitenlandse inspiratoren van Vlaanderen zijn echter ook gekenmerkt door een geprofileerd bedrijfsleven en een actieve overheid. Wat ons vooral ontbreekt zijn **Vlaamse productambassadeurs met een internationale spreiding**. De Antwerpse diamantair Charles Friedrich heeft met zijn "Flanders Brilliant" en de "Best of Flanders-collectie" hiertoe al een aanzet gegeven. Het komt er nu op aan een ruimere, grootschalige fase met meer producten en meer omzet in gang te zetten. De Vlamingen zullen dan voor hun relatiegeschenken een gepaste keuze kunnen maken. De Vlaamse overheid en de Vlamingen hebben de sleutel in handen tot een nog grotere bekendheid.
- 4) De banden met het **internationale netwerk van 'Vlamingen in de Wereld'** dienen te worden aangehaald. Niet in het minst met deze die werkzaam zijn in de internationale

organisaties. Het opvolgen van Vlamingen, actief in internationale organisaties, mag zich niet beperken tot de Europese Unie, maar moet uitbreiden naar andere Europese organisaties: ESA, OESO,... Ook de Verenigde Naties bijvoorbeeld herbergen heel wat Vlamingen die een economisch en politiek belang hebben voor onze regio en ons land. De waarde hiervan kan onmogelijk overschat worden.

Meer aandacht voor en een grotere opvolging van de uitgeweken Vlamingen zal bijdragen tot een beter beeld over onze regio. Iemand die verzorgd wordt door zijn overheid (stemrecht, pensioenwetgeving, sociale zekerheid,...) zal sowieso beter communiceren over deze overheid en zijn regio. Daarom de vraag voor een grotere inspanning opdat uitgewekenen bij hun overheid terecht kunnen met hun noden en bekommernissen.

De overheid moet bovendien proactief en creatief nadenken over hoe ze uitgeweken Vlamingen kan betrekken bij publieksdiplomatie. Het kan politiek vastgelegd worden, zodat het belang van de uitgeweken landgenoten naar waarde geschat wordt.

Het Nederlandse Bureau voor Internationale Ambtenaren [BIA] stelt bijvoorbeeld onomwonden dat 'lobbying met Nederlanders werkzaam in internationale instellingen tot de strategische prioriteiten van het Nederlandse ministerie van Buitenlandse Zaken behoort'. Het BIA bereidt geïnteresseerde Nederlanders zelfs voor op de toegangsexamens voor internationale instellingen, en legt een zogenaamd 'diplomatiek adresboekje' aan, ten dienste van het Rijk. Het verheugt ons dan ook dat - mede dankzij het VLEVA - langzaam maar zeker ook het Vlaamse netwerk van - tot nog toe een 150 tal - Europese ambtenaren gestalte krijgt. Maar ook in de andere internationale organisaties moet met zorg een netwerk worden op- en uitgebouwd.

- 5) Via 'Vlamingen in de Wereld', de '11-Daagse Vlaanderen Feest!' en de 'Beweging Vlaanderen-Europa' moeten Vlamingen aangemoedigd worden om **in het buitenland aandacht te vragen voor hun Vlaamse feestdag op 11 juli**. Dit kan bijvoorbeeld door de organisatie van 11-julivieringen en de uitreiking van Gulden Sporen voor Vlaamse Uitstraling in het buitenland. De '11-daagse Vlaanderen Feest!' kan voor ondersteuning en coördinatie zorgen. Op deze manier kunnen Vlamingen over de hele wereld verenigd worden, naar het voorbeeld van de Ieren die daardoor een van de populaire bevolkingsgroepen wereldwijd zijn. Het **voorzitterschap van België bij de Europese Unie vanaf 1 juli 2010** is een mooie opportuniteit voor 'Vlamingen in de Wereld', de 'Beweging Vlaanderen-Europa' en de '11-Daagse Vlaanderen Feest!' om aan publieksdiplomatie te doen in het buitenland.

- 6) Maar omdat koken geld kost moeten de betrokken administraties (Buitenlandse Handel, Cultuur, Buitenlands Beleid, ...) wel **financiële en personele ondersteuning** krijgen. Dat geld moet onder meer besteed worden aan
- onderzoek en stevig studiewerk,
 - toetsing daarvan aan de Europese regelgeving;
 - een sterker proactief beleid o.a. t.o.v. de EU;
 - het uitbreiden van de internationale links, o.a. via de promotie van kunst, het gebruik van academische relaties, de organisatie van internetdiscussies, lezingen en rondleidingen op het ministerie en kabinet van Buitenlands Beleid.
- 7) De regio Wallonië wist zich in te inschakelen in de internationale hefboom van de Francophonie. Wij willen met verschillende actoren binnen het Vlaamse middenveld ons engageren om, samen met de bevoegde Vlaamse administratie, eventueel ook met het Vlaams parlement, een “**Top van de Nederlandstalige Landen**”, in opvolging van het initiatief van het Vlaams parlement, opnieuw organiseren.
- 8) Een ander belangrijke doelgroep zijn de **journalisten**. De uitwisseling van journalisten moet niet alleen verder gezet worden, maar buitenlandse journalisten moeten ook uitgenodigd worden naar speciale **evenementen**, zowel in binnen- en buitenland.
- 9) Een mooi initiatief is de **rondreizende tentoonstelling rond 7 eeuwen Vlaamse kunst**, gekoppeld aan lezingen over Vlaanderen en Vlaamse innovatie door ministers en prominente ondernemers. In bijlage is het draaiboek daarvoor toegevoegd. Dit kan kaderen in een nieuwe, nog te formuleren, Culturele Doorbraak in het plan “**Vlaanderen in Actie**”.
- 10) Er zijn in het verleden al **promotiefilms** over Vlaanderen gemaakt, onder meer naar aanleiding van werelddtentoonstellingen. Die zouden kunnen gebruikt worden als ondersteuning van een wedstrijd waarbij moderne filmmakers uitgedaagd worden om Vlaanderen op een positieve, creatieve manier te belichten.
- Voor jongeren en geschiedenislessen in secundaire scholen kan er een film gemaakt worden waarbij allochtone en Vlaamse jongeren terugreizen in de tijd naar voor Vlaanderen bekende historische gebeurtenissen.
- Samenwerking met het Vlaamse middenveld is hier op tal van terreinen mogelijk.

11) Ook van de Amerikaanse publieksdiplomatie kunnen we leren. Succesvolle culturele initiatieven in een recent verleden waren:

- The Cultural Connect programme: een **intensief programma van concerten en masterclasses uit de Amerikaanse cultuur**;
- The Ambassador's Fund: **ambassadeurs financieren een keure aan culturele en historische preservaties die beantwoorden aan de noden van de lokale bevolking**;
- American Corners: meer dan 130 vooral in de Sovjet-Unie gelokaliseerde **kleine "hoeken" in lokale bibliotheken en culturele instellingen bieden op een zeer toegankelijke en discrete manier internettoegang, video's en CD's en boeken over Amerika**.

12) Naar het voorbeeld van Canada, Noorwegen, Catalonië, Beieren enz. zouden de administratie en de Vlaamse minister voor Buitenlands Beleid **netwerken** in ons eigen voordeel moeten gebruiken.

Dat kan o.a. via ngo's en het middenveld die zorgen voor een nauw partnerschap met de wereld. Ze mogen daarbij niet trachten om het volledige veld te bestrijken, maar alleen die terreinen die het best een interessante return met zich meebrengen.

Een mogelijke niche is dat België en Nederland samen door hun centrale ligging en vanuit hun ervaring binnen de Benelux de rol van onderhandelaar op zich nemen op verschillende terreinen en in verschillende landen tegelijkertijd.

5. Besluit

Wij reiken als actoren in het Vlaamse middenveld in dit Memorandum de hand naar de Vlaamse overheid met een aantal voorstellen voor een nieuw Vlaams regeerakkoord en de beleidsnota van de bevoegde minister(s).

Wij zijn er immers van overtuigd dat een doorgedreven en visionaire Vlaamse publieksdiplomatie noodzakelijk is, onder meer als antwoord op de economische crisis.

Culturele ambassadeurs van vroeger en nu, wetenschappers, sportfederaties, steden en gemeenten, het verenigingsleven, de zakenwereld en de Vlaamse overheid, allen kunnen ze bijdragen om de troeven van Vlaanderen bekender te maken en zo meer werkgelegenheid te creëren.

Alleen zinvolle doordachte samenwerking in verscheidenheid, opgebouwd van onderen uit, kan een echt Europa creëren in de 21^{ste} eeuw.

Wij zijn als Vlaams middenveld ervan overtuigd dat wij niet alleen een verantwoordelijkheid hebben maar ook een meerwaarde kunnen betekenen om uiteindelijk met vereende krachten te komen niet tot een Europa utopia, maar een Europa europaea.

Deze voorstellen zijn gebaseerd op een symposium over publieksdiplomatie dat plaatsvond in de Lessius Hogeschool (Antwerpen) op 5 mei 2009.

Alle referaten zijn samen met dit Memorandum na te lezen op www.vlaandereneuropa.net