



ARTIKEL in DOORBRAAK – juni 2009 nr. 6

“Belgium is boring” ELKE VLAMING AMBASSADEUR?

België is geen sterk merk. Marketingspecialisten waarschuwen dat voor landen met een zwak imago het gevaar dreigt dat ze buitenlandse investeringen en exportmogelijkheden mislopen. Ook de Belgische ambassadeurs zijn bezorgd: “Het imago van ons land is slecht en onze leiders zijn te zeer opgeslorpt door de binnenlandse problemen en partijpolitiek. We bouwen een Europese kathedraal, maar we gaan niet naar de mis.” De vorige directeur van Toerisme Vlaanderen in Londen vertelde mij hoe gelukkig hij was het “merk Vlaanderen” aan de Engelsen te kunnen verkopen. Ook voor Britten geldt immers “Belgium is boring”.

Publieksdiplomatie, imago en identiteit

Publieksdiplomatie – dat draait om imago en identiteit – kan helpen om Vlaanderen als een sterk merk op de markt te zetten. Deelstaten zoals Catalonië, Schotland en Beieren namen al heel wat initiatieven inzake publieksdiplomatie. Ook zij kampten met problemen over de wijze waarop derde landen, organisaties en individuen hen percipieerden.

Publieksdiplomatie is een essentieel en toenemend belangrijk aspect van traditionele diplomatie geworden maar vervangt ze niet. Deze vorm van diplomatie staat voor de communicatie/netwerking van een regering, maar ook van de eigen bevolking, met de bevolking van andere landen via NGO's, via verenigingen of individuen. Ze zoekt begrip voor de eigen ideeën, idealen, identiteit, cultuur en beleid. Publieksdiplomatie gebeurt ‘door en voor het publiek’ omdat de burger dank zij o.a. het internet een directe participant van de internationale politiek is geworden. Traditionele diplomatie daarentegen gaat om contacten met geaccrediteerde vertegenwoordigers van soevereine staten of andere internationale actoren.

1

Opdracht voor het Vlaamse middenveld

Op 5 mei jl. organiseerde de Beweging Vlaanderen-Europa in samenwerking met de VVA, Vlamingen in de Wereld en de Marnixring een symposium over publieksdiplomatie. Experte Ellen Huigh pleitte in haar referaat voor een institutionalisering naar het voorbeeld van Québec. Dr. David Crikemans opteert voor een publieksdiplomatie met netwerkmodel voor Vlaanderen: “een dergelijke manier van aanpakken onderlijnt dat de publieke overheid, het bedrijfsleven maar ook het Vlaamse middenveld stake holders zijn. Een samenwerking tussen deze verschillende actoren rond gemeenschappelijke belangen kan tot een kruisbestuiving leiden.”

De boodschap is dat elke Vlaming het imago (externe identiteit) van Vlaanderen naar buiten moet brengen. Daarvoor moet je overtuigd zijn van je eigen interne identiteit. Dit blijft ‘de’ opdracht voor het Vlaamse middenveld én de Vlaamse overheid. Het buitenlands beleid moet zoals in tal van landen de nationale identiteit vorm geven, als essentieel onderdeel van een globale (nog op te stellen) visie en strategie rond publieksdiplomatie. “Er is een groot gebrek aan kennis over de positie van Vlaanderen. Maar als Vlamingen in de verdediging gaan, doen ze dat te krampachtig en te weinig gecoördineerd”, getuigde Vlaams Vertegenwoordiger Axel Buyse tijdens het debat.

Het Vlaamse middenveld zou zijn leden een meer internationale mentaliteit kunnen bijbrengen. Het kan gebruik maken van verschillende publieksdiplomatieke initiatieven die Vlaanderen al ontplooit zoals het Vlaams huis in New York, de Engelstalige krant ‘Flanders Today’, vertalingen van persartikels, welkomstpakketten, brochures, de campagne Vlaanderen Feest! en de initiatieven van Vlamingen in de Wereld. Het zou evenementen kunnen organiseren om Vlaanderen en de Vlaamse identiteit te promoten of prominent aanwezig zijn op internationale (vak-)beurzen.



We kunnen veel leren van netwerken van andere regio's die bv. promotionele initiatieven in het Europees parlement organiseren. Wallonië geniet van de internationale hefboom van de Francophonie. Waarom zouden wij niet opnieuw werk maken van een 'Top van de Nederlandstalige Landen', in opvolging van het initiatief van het Vlaams parlement, vele jaren geleden? Waarom geen buitenlandse journalisten en prominente buitenlandse sprekers uitnodigen met het oog op een directe interactie tussen de Vlaamse en internationale gemeenschap? En waarom geen rondreizende tentoonstelling rond 7 eeuwen Vlaamse kunst organiseren, gekoppeld aan lezingen over Vlaanderen en Vlaamse innovatie door ministers en prominente ondernemers? Het draaiboek daarvoor bestaat trouwens al. Alleen de goodwill ontbreekt.

"Vlaanderen is een successtory, maar dat hoor je te weinig", zei de Duitse journalist Michael Stabenow tijdens het debat.

Elke Vlaming - *u dus ook* - heeft m.a.w. als ambassadeur een opdracht.

Geïnspireerd door de referaten en het debat op het symposium over publieksdiplomatie werken de deelnemende verenigingen aan een memorandum met een aantal concrete beleidsvoorstellen voor de nieuwe Vlaamse minister van Buitenlands Beleid.

An De Moor

Voorzitter Beweging Vlaanderen-Europa

Voorzitter 11-Daagse Vlaanderen Feest!

***Meer info over het symposium over Vlaamse publieksdiplomatie dat op 5 mei in de Lessius Hogeschool in Antwerpen plaatsvond op www.vlaandereneuropa.net
Uw reacties/suggesties zijn welkom: vlaanderen.europa@skynet.be***