

Schrijftalent gezocht!

In deze uitgave is plaats gemaakt voor een gastcolumn. Ditmaal schrijft J. Walthuis dat Defensie haar boodschap attractief en aansprekend moet verpakken. De redactie daagt andere lezers uit om ook een column te schrijven voor de Militaire Spectator. De keuze van het thema is vrij, maar het moet wel passen binnen de formule van het blad. Voorwaarde voor plaatsing is dat de redactie uw boodschap relevant acht voor de lezers. Verder moet uw verhaal in niet meer dan

achthonderdvijftig woorden voor het voetlicht worden gebracht.

U kunt uw bijdrage sturen naar de bureauredactie (zie colofon). Wij zijn erg benieuwd wie zich geroepen voelt om te reageren. Uiteraard zijn we ook nieuwsgierig naar de thema's die u onder de aandacht van de lezers wilt brengen. Uw bijdrage wachten we dan ook met belangstelling af.

De hoofdredacteur

No wrap? Than it must be crap

Maj. der Infanterie J.P. Walthuis

In navolging van het betoog 'No story, no glory' van Lkol Speetjens, waarin de overste constateert dat relevante en brede onderwerpen nagenoeg geen aandacht krijgen in publieke en politieke discussies, stel ik dat de bringer van een belangrijke boodschap deze attractief zal moeten verpakken. Geen verpakking? Dan is het niet interessant.

In zijn artikel haalt Speetjens diverse voorbeelden aan die stuk voor stuk voor zich spreken.¹ Ik focus daarom nu alleen op de boodschap van Defensie. Zonder verpakking is die boodschap ongeveer als volgt: 'Wij vechten voor vrede en veiligheid. Dat doen wij in verre landen en waar nodig ook in eigen land. Nog meer op onze organisatie bezuinigen stelt ons niet langer in staat het huidige niveau van werken te continueren'. Met de voorbeelden van Speetjens in het hoofd is het gemakkelijk te bedenken dat ook bovenstaande boodschap noch vanuit de bevolking, noch vanuit de politiek tot relevante discussies zal leiden. Ik hoor de uitspraken in gedachten al door de populistische kant van de Tweede Kamer gaan:

'Veiligheid? Ver hier vandaan bevechten? Dat is veel te duur. Bovendien moeten we eerst maar eens de veiligheid in eigen land goed regelen. En de grootste zorg is helemaal niet veiligheid. De grootste zorg is nu vooral van economische aard. Met de crisis in Europa en de onzekere ontwikkelingen rond de euro voelen wij het allemaal in onze portemonnee. Daar moeten we wat aan doen en dus kunnen we ons geld beter besteden aan de zorgsector en aan gezonde kippen en aan het bestrijden van werkloosheid'.

De populistische *one-liners* en verkiezingscampagnes 'scoren' in Nederland tegenwoordig meer kiezers dan campagnes op inhoud en intellect. Wij zullen dit als een gegeven moeten beschouwen en onze boodschap passend moeten verpakken voor die populistische doelgroep.

Natuurlijk zijn wij wel in staat hierover goed na te denken. Wij kunnen, nee wij moeten, hierbij het Nederlandse bedrijfsleven betrekken. En dan vooral de internationaal opererende Nederlandse bedrijven. Zij hebben immers een direct belang bij veilige transportroutes, bij stabiliteit van grondstoffenaanvoer en bij florierende markten. De bijdrage die Defensie

¹ Zie D.L.J. Speetjens, 'No story, no glory' in: *Militaire Spectator* 181 (2012) (7/8) 350-351.

aan die essentiële randvoorwaarden voor deze Nederlandse bedrijven levert, is haast onbesproken en tegelijk onmisbaar. Tja, dit klinkt nog niet direct als een populistisch bruikbare verpakking. Die volgt nu. Als we samen met de relevante Nederlandse bedrijven de kosten expliciet maken van het moeten nemen van langere (want veiligere) transportroutes, van het moeten uitwijken naar duurder grondstofleveranciers en van het verdwijnen van markten en tevens aangeven hoe deze kostenstijgingen zich doorvertalen in consumentenprijsstijgingen in allerlei dagelijkse producten, ja, dan hebben we een ver-van-mijn-bed-probleem eventjes lekker dichtbij gehaald. Als de kiezer dan het geschenk dat Defensie in deze verpakking biedt omarmt, kunnen we misschien extra bezuinigen op de organisatie en dus kostenstijgingen voor eenieder voorkomen. Dan hoeven we ons ook niet meer af te vragen hoe een petitie als *Handen af van Defensie* in één maand zesduizend handtekeningen oplevert, terwijl een PVV-petitie over EU-lonen binnen één dag door 35.000 mensen wordt getekend. Nu wilt u, ter inspiratie, wellicht ook een aansprekend voorbeeld (in populistische zin) hebben van een dergelijke stijging van consumenten-

tenprijzen. Wat denkt u hiervan: Burundi is leverancier van een uiterst zeldzaam en essentieel onderdeel van een mobiele telefoon. Langere levertijd als gevolg van verstoringen ter plaatse (onlusten) of langs de aanvoerroutes (waardoor de transportbedrijven gedwongen worden uit te wijken naar langere routes), vertalen zich door schaarste en gestegen inkoopkosten in prijsstijgingen. Zo wordt een mobiele telefoon gemakkelijk wat duurder, maar ach, daar hebben we er allemaal al een stuk of drie van. Ander voorbeeld dan.

Binnen Afrika is Nigeria met ruim twintig procent van het handelsvolume de belangrijkste partner voor Nederland. Hier haalt Nederland grote hoeveelheden ruwe aardolie en cacao als grondstof. Ook hier geldt dat de veiligheid van aanvoerroutes van invloed is op de uiteindelijke kostprijs in Nederland van benzine, plastic (en dus bijvoorbeeld van speelgoed en allerlei consumentenelektronica) en chocolade. Dus staat men zich bij het tanken weer eens te ergeren aan de belachelijk hoge brandstofprijzen, dan wijzen wij even haarfijn op de eigen schuld daaraan door bezuinigingen op Defensie, terwijl de schreeuwende kinderen op de achterbank wordt uitgelegd waarom ze geen chocolade krijgen. ■

Aankondiging



KVBK Field Trip 2013

Het bestuur van de KVBK heeft besloten de jaarlijkse Battlefield Tour te vervangen door een **Field Trip**. De belangrijkste reden is dat leden van de vereniging hebben aangegeven meer aandacht te willen voor de actualiteit.

De Field Trip zal een themadag zijn die actuele onderwerpen van de krijgsmacht koppelt aan krijgswetenschappelijke (historische) onderwerpen. De themadag zal per krijgsmachtdeel rouleren en als eerste komt medio april 2013 het Commando Landstrijdkrachten aan de beurt. Het conceptprogramma biedt een combinatie van de actualiteit op het gebied van civiel-militaire samenwerking in de velden C-IED en CBRN en een historische wandeling in de omgeving van Kamp Vught. Naast inleidingen door deskundigen zullen demonstraties en interactiviteit centraal staan.

De Field Trip zal in principe op een doordeweekse dag zijn. Nadere gedetailleerde informatie volgt begin 2013 in de *Militaire Spectator* en via de website www.KVBK.nl.

Het nieuws is ook te volgen via Facebook: [Facebook.com/KVBKNederland](https://www.facebook.com/KVBKNederland) en Twitter: @KVBK1.