

Timothy Garton Ash: Free World. Why a crisis of the West reveals the opportunity of our time.

Londen e.a.: Allen Lane Penguin Books, 2004; xi + 308 blz.; £ 7,99
ISBN 0-713-99764-8

Tegen de achtergrond van recente schokkende gebeurtenissen: de val van de Muur in november 1989; de aanval op de Twin Towers in september 2001 (en waaraan thans de bom-aanslagen in Madrid van 11 maart 2004 kunnen worden toegevoegd) analyseert Ash wat hij 'the history of the present' noemt en veroorlooft hij zich een blik in de toekomst. Ash concentreert zich daarbij op de situering van, en de onderlinge betrekkingen tussen, het Verenigd Koninkrijk, de Europese Unie en de Verenigde Staten. In Deel I behandelt hij de crises waarin Europeanen en Amerikanen aan het begin van de nieuwe eeuw verzeild raakten. Hij gaat na 'wat er werkelijk gebeurde en waarom'. In dit deel zijn er drie topics: 'Janus Britain' - de positie van het Verenigd Koninkrijk tussen Amerika en Europa, en het 'bruggenproject' van Blair; 'Europa als een "niet-Amerika"'; en 'America the Powerful'. In Deel II geeft Ash suggesties over welke kansen de westerse wereld de komende 20 jaar worden geboden, daarbij 'leaving behind [...] the rubble of demolished walls'. Een van de hoofdstukken in dit deel is getiteld 'Britain Finds its Role', hetgeen volgens de auteur inhoudt dat het Verenigd Koninkrijk er werkelijk in slaagt Europa en Amerika zo dicht mogelijk bij elkaar te brengen. Wat Europa betreft dient voor alles duidelijk te worden welke landen in de EU zullen worden opgenomen. Daarbij zullen pijnlijke keuzen niet vermeden kunnen worden, aangezien men niet van meet af aan kan herbeginnen, maar er in het verleden beloften zijn

gemaakt en de ontwikkeling niet heeft stilgestaan. Samengevat is de mening van Ash de volgende: behalve aan de Balkanstaten dient men het jawoord te geven aan Turkije, 'but not to the rest of the near East, including even very close countries of North Africa such as Morocco. We should offer it to Ukraine, Belarus and Moldova but not to Russia, nor the states of the Caucasus' (blz. 211). Door Turkije op te nemen overschrijdt men inderdaad een Europese grens, maar als we de beloften van het verleden niet nakomen, zenden we daarmee 'a disastrous message to Muslims everywhere that they are not welcome in Europe, however secular their state and moderate their government' (blz. 212). Wat de rol van Amerika betreft hoopt Ash dat het zich zal gedragen als een *Uncle Sam* en dat het de historische kans in samenwerking met Europa te werken aan een vrije wereld, zal grijpen. Hij tekent aan dat de huidige macht van Amerika in de loop der tijd onherroepelijk zal vervagen. (F.v.d.B.)

Branding NL. Nederland als merk.

Den Haag: Stichting Maatschappij en Onderneming, 2004; 87 blz. (e-mail: info@smo.nl; tel. 070-3528528)

'Branding' heeft – zo lezen we in het 'Ten Geleide' – de afgelopen decennia een enorme vlucht genomen. In zijn algemeenheid betekent het ontwikkeling en het onderhoud van een (positief) imago van producten, bepaalde doelgroepen of een land (in het laatste geval spreekt men van 'nation branding': een land tot merk maken). In de vijf essays die deze bundel rijk is, wordt vanuit verschillende gezichtspunten het begrip aan een nader onderzoek onderworpen. Duijvestijn, verbonden aan de Stichting Maatschappij en Onderneming, geeft in zijn essay,

'Nation Branding, Imago en Identiteit', de meest volledige definitie van 'branding': hij noemt het een 'min of meer systematische poging [...] het imago – het totaal aan *denkbeelden, opinies en gevoelens* dat bij publieksgroepen bestaat over een bedrijf, produkt, land of ander fenomeen – te ontwikkelen en/of te managen. (blz. 11). Hij acht 'branding' noodzakelijk, maar het is een gecompliceerd proces en de praktijk ervan is weerbarstig. De kracht ervan moet men niet overschatten. En: 'Het getuigt van hoogmoed om te denken dat dit proces kan worden gecontroleerd.' Al kan er op de lange termijn 'wel richting aan worden gegeven' (blz. 18). Peter van Ham, van het Instituut Clingendael, geeft zijn essay de titel mee: 'Nederland-Lite en de Opkomst van de Merkstaat'. Hij merkt op dat geen enkele overheidsinstantie, stad of provincie het blijkt te kunnen stellen zonder een logo of een uitgesproken missie, teneinde zichzelf, waar dan ook, te kunnen positioneren. Hij vraagt zich af of dat niet te maken heeft met het afnemen van de onderlinge verschillen, zodat schijnbaar kleine details als imago de doorslag bij een eventuele beoordeling kunnen geven. Dat geldt ook voor de politiek, waar men het evenmin zonder 'branding' kan: 'het verschil tussen CDA en PvdA is net zo groot als dat tussen Pepsi en Coke. [...] Politieke partijen maken dan ook bij uitstek gebruik 'van mannetjes-makers en *spin doctors* die hun aanpak en methoden rechtstreeks uit hun (vaak eigen) ervaring in de commerciële sector lichten.' (blz. 24). Van Hams conclusie is dat 'branding' een proces is met haken en ogen, met voor- en nadelen, oppervlakkig en ongrijpbaar. Het sluit overigens niet aan 'bij de politieke belevingswereld van diegenen die vragen om het vurige patriottisme van vroeger'. Hij bepleit een nationaal (overheids) 'branding'-debat over de vraag 'waar staat Nederland voor en wat hebben wij (onzelf en anderen) te bieden',

Deze rubriek staat onder redactie van dr Fenna van den Burg. Bijdragen aan deze aflevering werden verzorgd door prof.dr Cees van Paridon (C.W.A.M.v.P.), hoogleraar economie aan de Erasmus Universiteit Rotterdam; Geert Steeghs (G.S.), ex-stagiaire bij de afdeling Onderzoek van Instituut Clingendael en thans werkzaam op het ministerie van Buitenlandse Zaken; en Fenna van den Burg (F.v.d.B.).

De aanwinstenlijst van de bibliotheek van Instituut Clingendael wordt maandelijks gepubliceerd op de Clingendael-website: www.clingendael.nl/resources/library/acquisitions

en hoe kunnen wij dat uitdragen? (blz. 25). De Brit Wally Olins laat in het essay 'Hoe je van een Land een Merk maakt', 'nation branding' beginnen in het Frankrijk van de Revolutie. Het verschijnsel is sindsdien niet uit Frankrijk weggeweest. Hij stipt aan hoe Polen thans aan een omvangrijk 'nation branding'-programma werkt. Hij waarschuwt 'dat het lanceren en managen van een "nation branding"-programma ongelooflijk meer complex, subtiel, moeilijk en bovenal langdurig is dan hetzelfde werk voor een commerciële organisatie' (blz. 36/37). In 'Publieksdiplomatie: Een Goede Tandem met "Branding"' betoogt Jan Melissen van het Instituut Clingendael dat 'branding' en publieksdiplomatie elkaar aanvullen. Diplomaten dienen zich niet meer alleen te richten tot de officiële instanties in het buitenland, maar moeten zich tevens meer bekommeren om de percepties van het publiek en bepaalde instellingen in het desbetreffende land. 'Landen als de Verenigde Staten en Canada, maar bijvoorbeeld ook Indonesië zijn zeer expliciet over de directe relatie tussen hun binnenlandse "public affairs" en hun naar buiten gerichte publieksdiplomatie'. (blz. 48) 'Branding'-Nederland heeft dan ook weinig zin als Buitenlandse Zaken daar geheel buiten staat. Diplomatiek verkeer maakt weliswaar een steeds kleiner onderdeel uit van de communicatie van Nederland met het buitenland, maar de diplomatie speelt daarin toch een niet te onderschatten rol. Het is de hoogste tijd 'branding' serieus te nemen en het niet af te doen als een *Fremdkörper* uit de commerciële wereld (blz. 49). In "'Nation Branding": Illusie of Realiteit' betogen Van Bekkum en Van Kralingen onder meer dat op 'corporate' niveau een landenmerk nauwelijks te managen valt, maar dat een landenmerk wel in verschillende markten een rol van betekenis kan spelen. 'Logo's, namen, communicatie en gedrag mogen verschillen per markt zolang iedere keer de centrale identiteit

van het landenmerk maar als uitgangspunt genomen wordt', en wanneer er sprake is van onderlinge afstemming. Maar 'het bouwen, beïnvloeden, van het "corporate" merk Nederland is een illusie' (blz. 56). De essays worden afgesloten door een samenvatting (blz. 57-65) van een advies dat de Werkgroep Holland Imago onder de titel 'Holland als Merk' uitbracht over de opbouw van een positief imago van Nederland in het buitenland. (F.v.d.B.)

Remco van Diepen: Hollanditis. Nederland en het kernwapendeбат, 1977-1987.

*Amsterdam: Uitgeverij Bakker, 2004; 503 blz.; 30,- euro
ISBN 90-351-2740-4*

In 1979 nam de NAVO het zg. dubbelbesluit tot modernisering van haar kernwapenarsenaal. Dit hield de stationering in van 572 kernwapens voor de middellange afstand op het gebied van België, de Bondsrepubliek, Groot-Britannië, Italië en Nederland, alsmede een aanbod aan de Sovjetunie om onderhandelingen te beginnen over wapenbeheersing. In Nederland gaf dit besluit aanleiding tot felle debatten en protesten afkomstig uit verscheidene lagen van de bevolking. Diverse vredesorganisaties, het Interkerkelijk Vredesberaad (IKV) voorop, kwamen tegen de plaatsing in het geweer. Al in 1977 was het IKV overigens al een campagne begonnen onder het motto 'help de kernwapens de wereld uit, om te beginnen uit Nederland'. In dit boek analyseert de historicus Van Diepen, tegen een historische en politiek-maatschappelijke achtergrond, de protesten die dit dubbelbesluit onder de Nederlandse bevolking losmaakte, de grote rol die de vredesbeweging speelde bij de mobilisering van het protest (massale demonstraties in 1981 en 1983, een Volkspetitionnement tegen

de kruisraketten in 1985, dat door 3,75 miljoen Nederlanders werd ondertekend), de reacties vanuit 'de politiek', in het bijzonder de rol van het CDA en de PvdA. Hoewel dit 'atoompacifisme' zich ook in andere landen liet gelden, was het in Nederland dermate krachtig, dat men er, als ware het een besmettelijke ziekte, de naam 'Hollanditis' aan gaf. Ondanks de opmerkelijke successen bij het mobiliseren van de bevolking slaagde het IKV niet in zijn opzet de plaatsing tegen te houden; op 1 november 1985 besloot de regering de Verenigde Staten toestemming te geven de nieuwe kernwapens in te vliegen. 'De macht van de vredesbeweging bleek dus niet zo groot als zijzelf lange tijd had gedacht. Deze zelfoverschatting speelde een grote rol bij haar latere ondergang.' (blz. 387) Van Diepen gaat de oorzaken ervan na, maar stipt ook het 'vredesdividend' van de acties van de vredesbeweging aan. Hij is het niet eens met de politicoloog Philip van Praag dat de vredesbeweging van de jaren '80 'een eenmalig fenomeen' is geweest, hetgeen blijkt uit de gang van zaken rond de Tweede Golfoorlog; dit is trouwens ook de mening van Mient Jan Faber, de voorman van het IKV. Volgens de auteur is de Nederlandse politieke cultuur nog steeds niet genezen van het 'gidslandcomplex'. Maar de kans dat 'fenomenen als messianisme, moralisme, legalisme en afkeer van machts-politiek opnieuw tot een brede massabeweging zullen leiden, lijkt klein'. Al valt niet uit te sluiten 'dat intellectuelen en politici, onder invloed van dergelijke sentimenten, in de toekomst opnieuw in allerlei gevaarlijke valkuilen zullen trappen, zoals velen van hen zowel in de jaren tachtig als de jaren negentig deden' (blz. 404). Van Diepens boek bevat een uitvoerige bronvermelding (waaronder veel persmateriaal) en een personenregister. (F.v.d.B.)

Martin Dessing: De euro-ramp treft ons allemaal.

*Soesterberg: Aspekt, 2004; 144 blz.; 14,95 euro
ISBN 90-5911-170-2*

De afgelopen maanden is er volop aandacht geweest voor eventuele nieuwe spelregels voor het Stabiliteits- en Groeipact. Zoals we nu weten, is die discussie beslecht in het voordeel van de rekkelijken. Tegelijk is er de afgelopen tijd weinig meer gesproken over de euro. Die leek min of meer geaccepteerd. Dit boek echter probeert dit monster, 'deze ramp', opnieuw te bestrijden. Het is zonder meer een opmerkelijk boek. In 30 compacte hoofdstukken trekt de auteur ten strijde tegen het Euro-monster en zijn vermaledijde paladijnen als Zalm, Duisenberg, Kok, Kohl en Waigel. Gelukkig zijn er nog de auteur zelf, wijlen Pim Fortuin, Paul van Buitenen en de 'bekende econoom' prof.dr B. Smalhout, die ons voortdurend geprobeerd hebben te waarschuwen, maar naar wie 'ten onrechte natuurlijk' niet geluisterd is. Smalhout overigens tekent voor het voorwoord en voor een aantal columns uit de *Telegraaf* over dit onderwerp van zijn hand. Via een opeenstapeling van vage suggesties, verdachtmakingen, complottheorieën, foute inzichten en soms onbeholpen gedachten wordt de lezer een beeld geschetst van de verwezenlijking van de euro, waarin de Nederlandse bevolking op ondemocratische wijze werd geconfronteerd met het verlies van de harde gulden en opgezaald werd met een zwakke euro. Nagenoeg iedereen wordt door deze Euro-ramp getroffen, aldus de auteur, behalve politici, ex-politici en de topgraaiers van semi-overheidsinstellingen en het bedrijfsleven. Het is ondoenlijk alle foute opmerkingen en suggesties in dit boek hier de revue te laten passeren. Twee uitzonderingen. De auteur probeert de zwakte van de

euro te beschrijven aan de hand van de sterk dalende koers van de euro t.o.v. de dollar in de eerste jaren na de introductie. Het minstens zo sterke herstel van die koers vanaf 2002 wordt nagenoeg genegeerd. Ernstiger is de suggestie dat Nederland veel beter af zou zijn geweest als de koers van de gulden t.o.v. de euro niet 2,20 maar 1,10 zou zijn geweest. De auteur lijkt niet te beseffen dat daardoor onze produkten in het buitenland twee keer zo duur zouden zijn geworden, en daarmee onverkooptbaar. Ik raad de auteur aan de gevolgen van een te hoge wisselkoers bij toetreding tot een nieuwe muntunie nog eens te bestuderen aan de hand van de ervaringen van de vroegere DDR (de huidige nieuwe deelstaten in Duitsland). Ik zou mijn zwakke euro's in ieder geval niet aan dit boek uitgeven. (C.W.A.M.v.P.)

The Barcelona Report of the Study Group on Europe's Security Capabilities: A Human Security Doctrine for Europe.

Barcelona, 15 september 2004; 35 blz.; (www.lse.ac.uk/Depts/global/Human%20Security%20Report%Full.pdf)

Op 15 september 2004 werd het rapport *A Human Security Doctrine for Europe* aangeboden aan de EU Hoge Vertegenwoordiger voor het GBVB, Javier Solana. De studiegroep van dertien personen met zeer verschillende achtergronden, onder leiding van Mary Kaldor, heeft met het rapport getracht verder invulling te geven aan de 'European Security Strategy'. Het rapport propageert een 'bottom-up'-benadering gebaseerd op het concept van met 'menselijke veiligheid'. De studiegroep somt drie redenen op waarom de EU zich op wereldschaal met 'menselijke veiligheid' zou moeten bemoeien. De prioriteiten hiervoor kunnen met behulp van vijf factoren worden gesteld.

Het rapport stelt een nieuwe Europese veiligheidsdoctrine voor, waarbij zeven uitgangspunten het handelen van ieder die hierbij betrokken is zou moeten bepalen. De kern van het rapport is een voorstel tot oprichting van een Human Security Response Force, inclusief aanbevelingen voor samenstelling, uitrusting, training en ethos van deze gecombineerde militaire en civiele eenheid. Ook doet de groep voorstellen ter verbetering van de doorvoering van het juridisch raamwerk, de institutionele inbedding en de financiering van de doorvoering van 'A Human Security Doctrine for Europe'. (G.S.)