

Het motto voor ná de Europese denkpauze: *Picobelleuropa!*

Referendumuitslag is helder: noodzaak voor nieuw elan begint bij nieuw design

Wat is het oordeel over communicatie en identiteit als je naar Europa kijkt in de eerste helft van 2005?

Een ramp, zou je zeggen. Al is er in Nederland en Frankrijk echt de nodige lucht gepompt in de nationale referenda, is er via de pers toch flink geblazen en zijn we echt niet apathisch geweest. Maar ook hebben we kunnen constateren dat we het met z'n allen op de rem zijn gaan staan. Dat is dan gebeurd.

Vrijwel alle deskundigen zijn het er over eens: het is dom, het is jammer, het is spijtig, het is onverstandig, we zijn het momentum verloren, we staan nu op achterstand.... Maar de zaak moet weer op de rails komen. Het is geen failliete boedel, dat is vanuit allerlei invalshoeken aan te tonen. De schouders moeten er onder. Er moet wel weer aan de weg worden getimmerd en er is nieuw elan nodig.... Niet alleen als je burgers als consumenten ziet moet je inderdaad constateren de verkoop van Europa danig is gekelder. Ook als je burgers als inwoners van samenwerkende naties ziet, blijkt men los van alle ratio bang om nationale identiteit en grip op de gang van zaken van het dagelijks leven te verliezen. Niet alleen de "doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg" Nederlanders, maar ook de "liberté, fraternité, égalité" Fransen dachten zo. En heimelijk vast nog een hoop burgers uit andere windstreken, maar die konden in de zomer van 2005 even in de schaduw gaan staan. Want we doen een denkpauze.

Wat doen organisaties als de koers moet worden bijgesteld? Dan ga je het product en je identiteit tegen het licht houden. Dan ga je plannen maken om je klanten of burgers in dit geval, weer enthousiast te krijgen voor je product en voor je merk. Mogelijk laat je de ontwikkelingsafdeling aan het product zelf sleutelen, maar je doet ook marktonderzoek, je kijkt naar concurrenten en je zet je creatieven op de tekentafels aan het werk.

In principe is Europa een mooi product. Op het eerste gezicht lijkt er geen concurrentie te zijn. Je kan niet kiezen voor Europa-1, -2 of -3. Maar in de hoofden van de mensen is die er wel en ook in verschillende gedaantes. Enerzijds in de vorm van "de rest van de wereld", anderzijds in de vorm van "het lokale belang". Beiden strijden dan ook om de sympathie van ons burgers. Dat uit zich in een dubbele houding. Als consumenten wil je in het leven zo goedkoop mogelijk uit zijn, maar als burger zet je daarbij rustig de lokale belangen opzij om gretig te profiteren van goedkope aanbiedingen uit afgelegen gebieden. Afkomstig van binnen maar vaak van buiten Europa, het maakt niet uit. "Uit op voordeel" speelt in alle sectoren en branches in de maatschappij. Zo werkt het nu eenmaal. De goede, nationaal verstandige middenweg in deze keuzes is niet eenvoudig en ook niet

in één begrijpelijke formule samen te vatten. En als dan ook 30 jaar Tilburgs wetenschappelijk onderzoek onlangs gepubliceerd in de Atlas of European Values het gebrek aan eenheid in Europese cultuur aantoonde, dan weten we het zeker: In Europa ben je *samen voor jezelf!*

Maar laten we de vormgeving van het product even overlaten aan de politieke ontwerpers.

Die komen na de denkpauze vast weer met iets moois.

Laten we eens kijken naar het *gevoel* dat Europa bij ons burgers/consumenten/klanten oproept. Of zou kunnen oproepen. Hoe is het daarmee gesteld? Niks ratio. Niks voordeel of nadeel. Gewoon: Wat vinden we ervan?

Het valt bijvoorbeeld op dat ouderen in het referendum meer vóór Europa hebben gekozen dan jongeren. Wat daar precies de redenen van zijn kan je naar gissen. Ouderen zitten anders in elkaar dan jongeren. Zo speelt waarschijnlijk bij ouderen niet alleen het huidige consumentisme een rol, maar ook de geschiedenis waaruit het idee van de behoefte aan een stabiel Europa is gegroeid. Als een organisatie die in staat zou moeten zijn om de bloedige eerste helft van de 20^{ste} eeuw in Europa achter ons te laten. Lees Geert Mak's recente 1223 pagina's dikke boek *In Europa* er maar op na. Geen naoorlogse babyboomer heeft het meegemaakt, maar het was vreselijk. En dié doelstelling is wél gehaald. Om zo'n soort reden is het voormalige Oostblok echt niet alleen in sterke Europese economie geïnteresseerd wat we hier misschien denken, maar minstens zoveel in Europese stabiliteit en veiligheid. Als je het hebt meegemaakt kijk je misschien wat verder. Zowel achteruit als vooruit.

En de jongeren? Wat voor gevoel roept Europa bij hen op, gevoelig voor beelden en merkdenken? Als we alleen al naar de symbolen kijken, naar de huisstijl van Europa dan moet je eerlijk zeggen *Nee!* De Euro's hebben niet alleen valuta-onvrede gebracht, de bankbiljetten zijn ook gewoon lelijk, daar is ieder het over eens. Geen goed gevoel dus.

De vlaggen? Al die nationale symbolen, die zo vrolijk wapperen op plaatsen waar er toeristen zijn of bedrijven die hun internationale gevoel willen uitstralen? In Nederland zijn ze nauwelijks aanwezig, maar onlangs in Italië bleek dat op alle overheidsgebouwen twee vlaggen naast elkaar wapperen: de Nationale en de Europese. De *tricolore*, ook bij ons driekleur geheten, is voor elke natietrots hét ultieme gevoelsmerk. Zie hoe in de 60-er jaren vanuit Carnaby Street de Engelse *Union Jack* via de popcultuur het modebeeld inspoelde. Zie hoe de Amerikaanse *Stars en Stripes* in Europa tegenstrijdige gevoelens van macht en succes, vrijheid maar ook overheersing ging oproepen. Bevrijding voor de ouderen, Vietnam voor de babyboomers. Maar

zie ook een wandeling op de maan voor het oog van de hele wereld!

Nee, dan onze Europese vlag. Ons symbool. Dat is een zielig geval. Je kan aan de vlag al zien dat er iets mis is. Niet alleen buiten in de wind al is hij daar in Nederland nauwelijks te vinden, maar ook op de nummerborden van de auto's en op de Eurobankbiljetten.

Aan die vlag moet echt iets gebeuren. Op die blauwe lap met de kleine sterretjes komen de huidige problemen van Europa duidelijk aan het licht. Met zo'n vlag wordt het dus nooit wat. Die geeft geen goed beeld, geen goed gevoel en is daarom ouderwets en afgedaan. Het idee van een Straatsburgse kunstenaar is in 1955 door de toenmalige Raad van Europa aanvaard, in 1983 nam het Europees Parlement de vlag over en twee jaar later waren de regeringsleiders van de EU ook akkoord. Geen gezeur meer over die vlag, gewoon doen dachten ze toen. Op dat moment was toevallig land nummer 12 lid van de club aan het worden, dus iedereen dacht dat het klopte.

Maar, nu na 19 jaar en twee NEE-referenda staan de volhouders voor de nodige hervormingen. Ook de vlag moet dan het goede gevoel uitstralen van het Europa van nu. Zoals de Fransen, Nederlanders en anderen die zich hebben uitgesproken dat zien. De vlag moet zoals elk design een gebruiksvoorwerp worden, een symbool dat praktisch en goedkoop kan worden gemaakt, dat opvalt en makkelijk toe te passen is, dat uitstraalt dat we het begrepen hebben in Europa en dat er iets veranderd is. Of moet worden.

Kortom, een nieuw elan begint met een nieuwe oké vlag.

Daar is dan ook snel wat aan te doen, want er is ook iets dat wél goed is: de kleuren en de hoofdvorm, al kan het blauw een puntje lichter. De benodigde ingreep bouwt dus voort op bestaande ideeën. Precies zoals het ook in Europa verder gaat. We gaan niet weer helemaal overnieuw beginnen. Die kleuren en hoofdvorm, de blauwe achtergrond en het gele cirkelvormige gebaar. Dat is goed.

Onderscheidend van alle grote vlaggen in de wereld en ook geen enkele Europese natie heeft iets wat er maar op lijkt. Dat idee is goed, dat houden we.

Maar dan die sterretjes. Dat is niet goed. Die 12 pietepouterige sterretjes. Jongens we moeten die vlag nog doen. We hebben dat blauw, we hebben 12 sterren in een kring en we zijn net met z'n twaalfen. Maar bij de volgende lichting, negen jaar later niet meer veranderen. Dan kunnen we aan de gang blijven, moeten ze ergens gedacht hebben. Nee, Europa houdt dus vol dat die sterren niks met landen te maken hebben. Volgens de officiële uitleg van de EU is het cijfer twaalf een symbool van perfectie, volledigheid en eenheid. Maar dat verhaal is toch niet te verkopen? Wat hebben ze dan tegen nummer 13 gezegd? Helaas, we zijn nu niet meer perfect, volledig en één en vanaf vandaag wordt het alleen maar erger! Echt, zo krijg je nooit het gevoel van een *Stars en Stripes*, waarvan de vorm ooit met iedere nieuwe staat meegroeide. Nee, de sterren zijn fout voor Europa. Trouwens ook niet onderscheidend genoeg. Alle grootmachten doen al iets met sterren. Het Europese kringetje is te leeg en te iel en ook de symboliek te onduidelijk. Want mensen denken tóch: welke ster is nou precies van ons? Met z'n vijftiengentien blijft er nu voor ieder nog geen halve ster over! En dan kunnen grote landen vast gaan vinden dat ze recht hebben op twee sterren. Of juist die arme landen mogen er twee dat ze weer een beetje bijkomen. En daar weer ruzie

over gaan zitten maken. Wij hebben toch óók voor onze ster betaald en die willen we houden, althans volgens óns gevoel van dit moment. Echt waar, dat soort problemen zag Europa zich in het voorjaar van 2005 voor geplaatst.

Die sterren dus, ook als vorm zijn ze te klein en onpraktisch. Daar moet simplisties gezegd de mattenklopper overheen. Op de nummerborden van de auto's zijn het net kleine, verdwijnende stipjes. Kijk, dat is nou verkeerd, sterren die verdwijnen als stipjes in de verte. Dat geeft geen goed gevoel. Europa als Grote Beer in de lucht, een kunstmatig sterrenbeeld. Dan kijk je 's nachts naar boven en dan zie je niks. Waar beer? O die stipjes, Ja hallo! Moet je trouwens eens kijken op de officiële EU-website hoe ze daar met dit verhaal in hun maag zitten en dan maar naast de stippen in de verte, gewoon een nieuw, nonchalant, Europa-best-belangrijk logo met één ster doen. Ho ho! En dat kan zomaar?? (<http://europa.eu.int>)

Die stippen veranderen we dus in een stevig cirkelgebaar. Daar kan je lekker mee aan het werk.

Pak je gele spuitbus en spuit de viaducten onder. Maak mooie blauwe ronde verkeersborden met gele randen. Typisch Dutch Design, gedacht vanuit het poldermodel. We vergeten de sterallures. We leggen er gewoon een dijk omheen, mooie ringvaart, inpolderen, sterren weg. Dat staat ook veel mooier, een duidelijk symbool, een mooie ronde eurO, met een gat in het midden. Een nul, maakt niet uit. Grote bedragen hebben veel nullen! Maar het ziet er gewoon goed uit, lekker stevig. Het steekt ook goed af tegen die Amerikaanse sterren en strepen. Want die willen we niet, wij zijn Europees! Geen sterren, dat brengt alleen maar gezeur.

Maak ook een cirkelvormig handgebaar. Zoiets als Churchill die met een gebaar de *victory* verkondigde, maar dan als duim en wijsvinger in een cirkel, zo van *picobello!* Kijk dan heb je een teken waar je een goed gevoel in kan leggen. *Picobelleuropa!* Dat het woord *picobello géén* Italiaans is maar in vrijwel alle Europese talen direct wordt begrepen (behalve dan in Italië, sorry) is nou net de bedoeling. Wordt met goed, schoon en fris geassocieerd. Het heeft ook iets van het Franse belle. Mooi Europa. Al klinkt het soms beter met de o er tussen. Tony Blair, een groot bewonderaar van Churchill, pakte het *picobello*gebaar als kersverse Uni-voorzitter in juni 2005 snel op toen hij sprak van "an extraordinary opportunity to build a greater and more powerful union. But we need the support of member states and citizens in our member states for the enlargement of the European Union"

... "To create our Picobello Europe" vergat hij nog te zeggen, maar daar moeten speechschrijvers van nu af aan op letten!

Dat is dan Europa. Maar nu de nationale vlaggen. Dat Nationale Gevoel is iets anders, dat kan je niet zomaar uitvlakken. Daar hebben we ons duidelijk over uitgesproken. Het is in Europa niet het één óf het ander? Nee het is het één én het ander. Dus voortaan twee vlaggen hijsen. De nationale én de Europese.

Of is daar toch iets beters op? Het gaat om ons eigen land maar dan tegen een Europese achtergrond. Dat is wat de kiezer gezegd heeft. Dus eigenlijk een nationale vlag óp een Europese? Je bent dan met één vlag klaar en kan zo in principe op alle protocol-geschiedte gelegenheden de feestelijke, in de emotioneel juiste verhouding gemaakte Nationale Europavlag uitsteken.

Zeker, de vraag is alleen in welke verhouding? Hoeveel nationaal gevoel? Volgens het referendum is dat in Frankrijk 55% en in Nederland zelfs 63%. Een overheid kan dat voor zichzelf vaststellen. Maar het kan ook wisselen, technisch geen probleem. Je doet een nationale vlag met een blauw randje of omgekeerd, je doet een Europese vlag met een klein eigen vaantje erop. Kan allemaal tegenwoordig en nog mooier is dat ieder het zelf kan bepalen. Dat is veel beter voor het eigen gevoel en het staat ook veel leuker in de straat. We kunnen natuurlijk zeggen: Dit jaar doe ik zó groot. Volgend jaar ligt het gevoelsmatig weer iets anders. Spanje is helemaal blij geworden van Europa, dus die doen veel Europa-blauw. En Nederland en Frankrijk als land misschien wat minder. Maar iemand als Jacques Chirac, als persoon doet zelf misschien juist wel weer veel blauw. En zo ontstaat er organisch een nieuw supra-nationaal-pan-europees-individueel groeimodel, waarmee nationale vlaggen kunnen worden gelegd over die van de Unie zodat het niet te snel hoeft te gaan. Inderdaad, zo begonnen de Amerikanen vanaf 1777 ook, met 13 sterren van de staten in een cirkel bovenop de 13 strepen van de toenmalige Britse koloniën. En pas in 1960 kwam de laatste ster. Kan je nagaan, je moet zeker niet te snel willen gaan.

Wanneer steken we dan welke vlag uit? Ook daar mag je zelf in beslissen. Hij is bedoeld als één gevoelsvlag om voor alle gelegenheden te gebruiken. Al kan je natuurlijk wisselen. Voor nationaal historische onderwerpen zoals rond de vorstenhuizen in diverse landen en bijvoorbeeld de 14e Juli in Frankrijk kan je het historische gevoel bewaren met je eigen historische vlag.

Maar voor alle overheidsaangelegenheden, bijvoorbeeld de jaarlijkse opening van het parlement zoals elk land dat kent, daarvoor gebruiken we deze nieuwe identiteit. En in het toerisme natuurlijk, een sector waarin landen hun openheid naar de burens kunnen tonen en ook goed is voor veel vlagvertoon.

Dus vanaf nu graag je eigen vlag tegen een Europese achtergrond. Want laten we wel zijn, dat is de feitelijke situatie. We blijven onszelf en thuis dat staat voorop hebben we gezegd. Laat die anderen in vredesnaam ook zichzelf blijven. Maar nú is wel het moment om samen iets positiefs te doen naar Europa. We bedoelen: we zijn niet tégen, maar het ging gewoon te snel. Gemiddeld genomen dan. Nu voor Europa eerst 25 nieuwe vlaggen, een bijbehorend handgebaar en een tekst "Picobelleuropa"!

De nieuwe vlag is op de website www.picobelleuropa.nl te zien. Ontwerp en download op het web je eigen vlag in de juiste verhouding: veel Nederland, weinig Nederland, helemaal geen Nederland. Of één van de andere 24 landen. Mag je zelf kiezen. Het gaat om het gebaar! Zo kan het feest worden!

© www.picobelleuropa.nl, handgebaar, kreet en vlag zijn burgerinitiatieven, niet gesponsord door welke overheid of belanghebbende dan ook. Het gehele gedachtegoed wordt vrij ter beschikking gesteld aan burgers en politici van alle Europese landen.

Ter inspiratie. Want het gaat niet alleen om de knickers, ook om het gevoel!

juni 2005

Idee en Tekst:

Hans Kruit

Ontwerp en Productie:

Kruit communicatie en vormgeving in gebruik

www.picobelleuropa.nl