



Sander Wieringa

eigenaar Bob de Ronde Partners

Het terugwinnen van vertrouwen

Waar pensioenfondsen economische ontwikkelingen bij voorkeur vanuit het langetermijnperspectief bekijken, leggen de media vooral de focus op ingestorte beurskoersen en onderdekking. Twee tegenovergestelde invalshoeken, waartussen de pensioenbranche vernuftig dient te laveren. Want vanuit de maatschappij klinkt de roep om uitleg luid en duidelijk.

‘Als in de maatschappij een algeheel gevoel heerst van “hier is iets mis”, dan moet je daar als organisatie iets mee. Erken het en steek je kop niet in het zand’, zegt Sander Wieringa, specialist op het gebied van crisis- en calamiteitencommunicatie. ‘Wel moet je altijd goed nadenken over hoe en waar je je verhaal wilt doen.’

Vertrouwensband

Volgens Wieringa draait het bij crisiscommunicatie vooral om het terugwinnen van vertrouwen. ‘Want als mensen weten hoe het zit, hebben ze ook vertrouwen in de gang van zaken.’ Juist de kredietcrisis is een vertrouwenscrisis bij uitstek. Zonder consumentenvertrouwen komen banken met lege handen te staan en moeten pensioenfondsen telkens opnieuw hun bestaan legitimeren. Het herstellen van die vertrouwensband is allesbehalve eenvoudig. ‘Er is sprake van een transparantieparadox’, meent Wieringa. ‘Theoretisch zorgt volledige openheid voor vertrouwen. Anderzijds, als je mensen vertelt wat er allemaal aan de hand is, kan de schrik ze ook om het hart slaan. Denk bijvoorbeeld aan medische bijsluiters, als je die gelezen hebt, durf je het medicijn vaak niet meer te gebruiken. Dus door een overload aan informatie te bieden, span je het paard eigenlijk achter de wagen.’

Medialogica

Hoe los je dit dilemma op? Wieringa: ‘Je moet meer doen dan puur informeren. Er is grote behoefte aan duiding van informatie. Het gaat er vooral om dat je mensen kunt overtuigen. In de financiële wereld is heel veel informatie beschikbaar, talloze cijfers op zowel

Sander Wieringa (1953) heeft ruim 25 jaar ervaring opgedaan in media en journalistiek. Na zijn studie sociologie en economie werd hij wetenschapsvoorlichter aan de universiteit van Tilburg. Hij vervolgde zijn loopbaan als journalist bij het Brabants Dagblad, groeide daarna door tot hoofdredacteur van FEM en richtte vervolgens het managementblad NeXT! bij Elsevier op. Wieringa was onder meer auteur van drie managementboeken en schreef mee aan de dramaserie ‘Oud Geld’. In oktober 2002 nam hij communicatietrainingbureau Bob de Ronde Partners BV over van de oprichter. Dit bureau verzorgt media- en presentatietrainingen, onder andere op het gebied van crises en calamiteiten.

macro- als micro-economisch niveau. Maar de vraag is, wie duiden die cijfers? Nu doen vooral de media dat, maar die hanteren daarbij wel hun eigen medialogica. Zo is voor hen een crisis nog altijd groter nieuws, dan de zorgvuldige aanpak ervan. De financiële branche zelf kan natuurlijk de nodige tekst en uitleg geven, maar hoe geloofwaardig ben je nu nog? Dit speelt natuurlijk vooral bij bankiers, die hebben hun maatschappelijk krediet behoorlijk verspeeld. Maar ook voor de pensioenbranche is het verstandig om het “duiden” over te laten aan formele en informele deskundigen, zoals Kees Storm (oud-CEO van Aegon), Aad Jacobs (ex-topman van ING) of Jaap van Duijn (voormalig directielid van Robeco). En maar hopen dat die het goed doen.’

Valkuilen

Sommige fondsen publiceren ieder maand hun cijfers, anderen houden zich angstvallig stil. Hoe erg is dat? Volgens Wieringa is het zo dat wanneer je als branche de maatschappij van je gelijk wilt overtuigen, dat je dan één lijn moet volgen. ‘Juist doordat de ene partij veel informatie geeft en de andere geen, worden mensen argwanend. Het is dus belangrijk om allemaal vanuit dezelfde principes te communiceren. De algemene tendens bij overheid en bedrijfsleven is overigens de angst voor negatieve publiciteit. De verleiding is dan altijd weer enorm om in een van de valkuilen te stappen: doen alsof er niets aan de hand is, zeggen dat het niet jouw schuld is of de gevolgen bagatelliseren. De gezondheidszorg is enorm aan het leren op dit gebied, maar vooral de banken moeten er nog aan wennen.’