

Raymann Fuseert niet

Heugelijk nieuws. Verkeersorganisatie '3VO' heet sinds afgelopen vrijdag weer 'Veilig Verkeer Nederland'. En zo hoort het ook. Toch lijkt de naamswijziging mij een mooi voorbeeld van de boeiende processen die zich in het Nederlandse verenigingsleven afspelen. Leest u even mee?

In 2000 ontstond 3VO uit een fusie van Veilig Verkeer Nederland, de stichting Kinderen Voorrang en de Vereniging voor de Bescherming van de Voetganger. Alle drie organisaties met een nobel streven, laat daarover geen misverstand bestaan. Een goede vriend van mij die vanwege een succesvolle carrière in het zakenleven al enige tijd renteniert, leerde mij echter een belangrijk principe: "Fusie is ruzie!" En zo moet het dus ook bij 3VO zijn gegaan.

In een persbericht wordt de naamswijziging als volgt verklaard. "Voor Veilig Verkeer Nederland is gekozen omdat deze naam in één keer duidelijk maakt waar de organisatie voor staat. Een ander argument is dat de naam 3VO direct verband houdt met de fusie van drie verkeersveiligheidsorganisaties in april 2000. Nu er na zes jaar sprake is van één hechte organisatie, is het tijd dit ook in de naam duidelijk uit te dragen." Ja, zo lust ik er nog wel 3 (VO). Wat is er werkelijk gebeurd, denkt u? Ik vermoed het volgende.

De naam 'Veilig Verkeer Nederland' genoot in 2000 al brede bekendheid bij het grote publiek. Het was een soort merk, zou je kunnen zeggen en elke marketingdeskundige weet dat je niet aan een sterk en bekend merk moet tornen. Toen was daar die fusie. Ik stel mij voor: lange vergaderingen over identiteit, bloedgroepen, karakter, eigenwaarde, enzovoort, enzovoort. De stichting Kinderen Voorrang en de Vereniging voor de Bescherming van de Voetganger weigerden waarschijnlijk te worden 'opgeslokt' door Veilig Verkeer Nederland. Er moest dus een nieuwe naam komen! Dat werd 3VO. Een schoolvoorbeeld van een Hollands compromis. 3VO is niks. Het is een onhandelbare naam. Het communiceert niet. Het roept associaties op met 3havo of een ongebruikelijke moleculaire verbinding tussen vanadium en zuurstof.

Refererend aan het persbericht moeten wij er echter van uitgaan dat men zes (!) jaar over die naam heeft lopen bakkeleien. Bestuursleden zijn naar alle waarschijnlijkheid gekomen en gegaan, vriendschappen zijn op de klippen gelopen en hier en daar zal op de parkeerplaats wel eens een band lek zijn geprikt. Ongetwijfeld is er gedurende de stammenstrijd een peperduur communicatiebureau in de arm genomen, dat na lange afweging met de naam '3VO' op de proppen kwam. Uiteraard ging dit briljante idee vergezeld van een geheel nieuwe huisstijl. Ik weet niet of u bekend bent met het begrip 'nieuwe huisstijl', maar het komt er in principe op neer dat je alle briefpapier, enveloppen, stickers, neonreclames en autobeletering kunt weggooien. Een soort kostbare grote schoonmaak.

Des te interessanter is dat het persbericht van 3VO gewag maakt van het volgende. 'Behalve een nieuwe naam zal ook een nieuw logo en huisstijl worden geïntroduceerd.' Misschien ben ik gek, maar ik waag te stellen dat het hier geen nieuwe, maar een oude naam betreft. Natuurlijk heeft men zes jaar geleden al het drukwerk van 'Veilig Verkeer Nederland' milieuvriendelijk afgevoerd, maar zegt het spreekwoord niet voor niets: 'Wie wat bewaart, heeft wat?'

Het aantal verkeersdoden is afgenomen en zelfs het aantal flitspalen langs de Nederlandse snelwegen wordt teruggebracht en daar heeft 3VO ongetwijfeld positief aan bijgedragen, maar 3VO moet gewoon 'Veilig Verkeer Nederland' heten en gelukkig is de naam in ere hersteld. Weliswaar heeft het zes jaar geduurd voordat dit besef ook bij de vereniging zelf is doorgedrongen, maar beter laat dan nooit. Laat dit een wijze les zijn voor andere verenigingen en bedrijven: dat gedoe met die cijfers werkt niet. Misschien moet D66 ook maar eens gaan nadenken over een nieuwe naam.

Jörgen Raymann, Telegraaf, 3 september 2006