

Bevroren kikker

door Hans van der Loo



Terwijl de onheilstijdingen alsmaar heviger worden, doet de gemiddelde Nederlander alsof zijn neus bloed en gaat lekker op wintersport of carnavallen. Crisis of geen crisis, het leven neemt zijn gewone loop. Is dat een teken van gezonde Hollandse nuchterheid? Of zij we gewoon dom bezig?

Ruim dertig jaar geleden verscheen de LP 'Crisis? What crisis?' van de Britse formatie Supertramp. De hoes toonde een man die te midden van grauwe steenkool en rokende fabriekspijpen in de zo lag te luieren. Parasol uitgekapt, krantje en biertje onder handbereik: genieten maar!

Het beeld van die hoes laat me al dagen niet meer los. Terwijl de wereld om ons heen langzaam asgrauw kleurt, blijkt er voor velen veel te genieten. Enige navraag bij wat plaatselijke middenstanders - een wijnhandelaar, een kledingzaak, een schoenenverkoper, de lokale supermarkt - leert dat er geen sprake is van ook maar enige omzetting. De verklaringen hiervoor variëren van 'nu het slechter gaat, eten mensen niet meer buiten de deur, maar willen ze lekker thuis genieten', tot 'juist in slechte tijden willen mensen er top uitzien'. Het blijft een feit dat Nederlanders geenszins bereid zijn om de hand massaal op de knip te houden.

Een ander voorbeeld: traditiegetrouw zet de wintersportkaravaan zich vanaf afgelopen vrijdag in beweging. Zegge en schrijve één miljoen Nederlanders begeven zich naar de Alpen en andere bergketens om zich onbekommerd aan de sneeuwpret te laven. Dat is een even groot aantal als vorig jaar. De te verwachten files staan al wekenlang keurig in de krant vermeld en de diverse alarmcentrales hebben aangegeven helemaal paraat te staan om bij eventuele calamiteiten direct hulp te bieden. Business as usual. Ofwel: er is niets nieuws onder de zon.

Hoe valt dit te rijmen met de onheilstijdingen die de afgelopen maanden via de media over ons zijn uitgestort? Een mogelijke verklaring zou kunnen liggen in de onlangs gepresenteerde cijfers van de zogeheten Edelman Trust Barometer van het gelijknamige PR-bureau. Uit die cijfers blijkt dat de Nederlanders - overigens in tegenstelling tot ondervraagden in andere Europese landen en in de Verenigde Staten - geneigd zijn om een onconditioneel vertrouwen in hun overheid uit te spreken. Niks afnemend vertrouwen in de politiek: 76 procent van de respondenten zegt vertrouwen in de overheid te hebben. Het vertrouwen van Nederlanders in de media is beduidend lager. Minder dan een derde van de respondenten zegt de berichtgeving in kranten en zakelijke tijdschriften te vertrouwen. Minder dan de helft heeft vertrouwen in het televisienieuws.

Het vertrouwen in het crisisbezwerende vermogen van de overheid gekoppeld met een diep gevoeld wantrouwen in alles wat de media berichten, leidt ertoe dat de Nederlander zich kennelijk weinig aantrekt van alle crisisberichten. We denken dat het allemaal wel goed komt. Althans voor zolang het duurt. Onlangs gebruikte de CEO van Akzo Nobel, Hans Wijers, in dit verband de metafoor van de gekookte kikker. U weet wel, die arme kikker die bij oplopende temperaturen weldadig genietend in de pan blijft zitten, totdat hij aan oververhitting bezwijkt. Gezien de kille omgeving ben ik geneigd om de metafoor enigszins te herzien en eerder te spreken van een bevroren kikker. Ook deze trekt zich aanvankelijk weinig aan van dalende temperaturen. Totdat het te laat is. Misschien is dit een goed beeld om eens te overdenken als men straks met de Glühwein bij de skipiste zit.