

Interview TROUW – VW de mist in

deVerdieping  
**Trouw**

## VW gaat weer de mist in, nu met een halfslachtige spijtbetuiging

Joost Morel, 16 oktober 2015



Volkswagen ging via een paginagrote advertentie in de grote Nederlandse kranten opnieuw diep door het stof vanwege het dieselschandaal waarin het autobedrijf is verwickeld.

"Ver onder de maat." Zo beschouwt marketingdeskundige en autoliefhebber Erwin Wijman de paginagrote advertentie die Volkswagen gisteren in Nederlandse kranten plaatste om spijt te betuigen. Ten eerste komt deze veel te laat, vindt Wijman. In Duitsland stond hij namelijk al anderhalve week geleden in de kranten. "Ten tweede is de advertentie een beetje grappig bedoeld. Maar die humor is nu niet op z'n plaats."

Een volledig witte pagina, met een in het oogspringend rood vierkant. Daaronder de tekst: 'Schaamrood. Allesbehalve trots op onze nieuwste kleur.' Het kon lezers van onder meer Trouw, de Volkskrant, AD, NRC Handelsblad en De Telegraaf bijna niet ontgaan, de knieval van de Duitse autofabrikant. Die was ook wel op zijn plaats, na het dieseldrama dat wereldwijd 11 miljoen Volkswageneigenaren treft. Maar over de manier waarop zijn marketing- en merkdeskundigen niet te spreken.

Er had een tekst moeten staan met antwoorden op vragen van gebruikers, zegt Wijman. "Volkswagen doet nu enkel beloftes. Daarnaast is het arrogant en ouderwets om naar een site te verwijzen", doelt Wijman op de afsluitende zin: 'U heeft ongetwijfeld vragen. Die beantwoorden we graag op [info.volkswagen.com/nl](http://info.volkswagen.com/nl).' "Dat is een halfslachtig compromis. Geen schaamrood, maar bleekrood."

### Richting

Ook merkendeskundige Leo van Sister van merkstrategiebureau BrandFuel is weinig onder de indruk van het 'voorzichtige mea culpa'. Het lijkt te veel op reclame en is te mild, want het is geen kleine fout die Volkswagen heeft begaan." Van Sister mist richting in de advertentie. Een oplossing. Wat gaat het bedrijf nu echt voor zijn klanten doen?

Volgens Wijman is de Volkswagenrijder zelfs dubbel de dupe. "Denk eens aan die mensen die een rode Volkswagen Passat of Golf rijden. Die komen op hun werk aan en horen: 'Leuke kleur dat schaamrood'. Ze worden extra gekwetst door de kleur te schande te maken."

Bijna elke dag komt er voor VW nog schadelijk nieuws naar buiten. Woensdag gaf het bedrijf toe dat ook in dieselauto's die volgend jaar op de markt komen software is ingebouwd die auto's schoner moet laten lijken.



In de grote Nederlandse kranten stond gisteren een pagina vullende Volkswagenadvertentie met een rood vlak en daaronder het woord 'schaamrood'. Nog enkele suggesties voor communicatie in deze stijl. © Trouw

### 'Dijk van een tekst'

Gisteren werd bekend dat de Duitse toezichthouder KBA eist dat alle 2,4 miljoen Duitse dieselauto's met sjoemelsoftware worden teruggeroepen, als reactie op de vrijwillige reparatie die de autobouwer eerder voorstelde. Iets later meldde Volkswagen zelf dat 8,5 miljoen auto's in Europa terug moeten naar de garage.

Had Volkswagen überhaupt goed kunnen doen met de advertentie? Wijman denkt dat 'een dijk van een tekst', naar het voorbeeld van de Duitse advertentie van begin oktober (zie kader), wél had gewerkt. "Waar klanten zich mee kunnen vereenzelvigen en denken: oké, het is een rot-Volkswagen, maar wel mijn rot-Volkswagen. Advertenties zijn in het algemeen niet alleen bedoeld om nieuwe klanten te trekken, maar vooral om het gevoel van huidige klanten te beïnvloeden."

Alle ellende had volgens Wijman in de advertentie van gisteren moeten staan. Daarna kan het bedrijf puinruimen. VW moet vertrouwen terugwinnen van milieuorganisaties, klanten en potentiële klanten. De auto's moeten zuiniger en duurzamer worden dan ooit. Het advies aan Volkswagen door **Van Sister: ga de dialoog rechtstreeks met de klant aan. Ga bij de dealers en hun klanten zitten en wees aanspreekbaar.**

**Leo van Sister & Goos Eilander**

de Merkcommissarissen® | **haal méér uit je merk!**



Merkcommissarissen begeleiden en ondersteunen organisaties, overheden, managers en directies in verschillende sectoren. Zij zijn gespecialiseerd in branding-, positionerings- en strategie vraagstukken en geven daarnaast support bij het implementeren van strategie. Ook organiseren de Merkcommissarissen **Trend- en Inspiratiereizen voor professionals en organisaties.** (De Merkcommissarissen24, Retail Shock, TALENTBoost).

#### **Marketing en Branding adviesbureau**

Baliemolenerf 23 | 2807 DH Gouda | M: (+)31 (0)6 551 21 575 – M: (+)31 (0)6 533 82 933

E: [leovansister@demerkcommissarissen.nl](mailto:leovansister@demerkcommissarissen.nl)

E: [gooseilander@demerkcommissarissen.nl](mailto:gooseilander@demerkcommissarissen.nl)

Website: [www.demerkcommissarissen.nl](http://www.demerkcommissarissen.nl)

de Merkcommissarissen© | **Haal méér uit je merk!**