



De kracht van de affiche

De tijd van snel even naar de fotostudio lijkt voorgoed voorbij. Het maken van affiches vergt tegenwoordig heel wat denkwerk vooraf en computerwerk achteraf. Maar wat maakt de ene affiche beter dan de andere? Poseer je als politicus best in maatpak met das, of toch beter in vrijetijdskleren? Kijk je recht in de lens of niet? En worden politici gefotoshopt? Samen met expert Bruno Wuyts van communicatiebureau Brandhome werpen we een blik op de affiche van Tinne Rombouts (CD&V).

29-jarige veteraan kiest voor iconen

EDDY MEULEMANS

Hoogstraten Toen Tinne Rombouts (CD&V) in juni 2004 de eed aflegde in het Vlaams Parlement, was ze met haar 25 lentes de jongste van de klas. Twee jaar later werd ze in Hoogstraten zowaar ingehaald als de jongste burgemeester van Vlaanderen, al moest ze haar sjerp amper drie weken nadien alweer afgeven aan haar politieke tegenstander Arnold Van Aperen, na een zielig moddergevecht. Vandaag staat Rombouts op de vierde plaats van de CD&V-lijst in Antwerpen, als ervaren veteraan van 29.

Symbolen

Met vier eenvoudige symbolen wil Tinne Rombouts duidelijk maken waarvoor ze staat. Het eerste icoon is een tractor. Daarmee geeft de Kempense boerendochter aan dat een leefbaar platteland voor haar een toprioriteit is. De overige krachtlijnen van haar programma worden aangeduid met een bejaard echtpaar, een skater en een kind met zijn mama en papa. De achterliggende betekenis: Rombouts wil een oplossing voor de vergrijzing, meer aandacht voor de jeugd en respect voor het gezin als hoeksteen van de samenleving.



©ema

Geen slogan

Behalve haar naam, haar partij en haar plaats op de lijst staat er op de affiche van Tinne Rombouts geen letter tekst. 'Ik heb bewust geen slogan op mijn affiche gezet. Beelden vind ik sterker dan slogans', zegt ze.

Voorzichtig bloot

Terwijl haar politieke rivaal Caroline Gennez (SPA) met een uitgesproken décolleté op de affiche staat, is de jurk van de christen-democratische Tinne Rombouts duidelijk minder diep uitgesneden. Haar hals is ontbloot, maar meer krijgen we niet

te zien. 'Ik ben zoals ik ben. Je zal mij nooit zien rondlopen in uitdagende kleren. Daar voel ik me niet gemakkelijk bij. (lacht) Uiteraard is op een affiche altijd een deel van je bovenlichaam zichtbaar. Je kunt een foto nu eenmaal niet net onder je kin afsnijden.'

Zonder schmink

'Ik zeg niet dat er helemaal niets is gefotoshopt, ongetwijfeld is er aan de belichting nog wel wat geprutst, maar ikzelf sta puur natuur op de foto', zegt Tinne Rombouts. 'Ik gebruik nooit make-up, ook niet voor een fotosessie als deze. Ik wil dat de mensen me zien zoals ik echt ben.'

Nieuwe jurk

Net zoals de eerste communicanten liet ook Tinne Rombouts zich fotograferen op haar paasbest. 'Op de foto heb ik een nieuwe jurk aan', beken ze. 'Maar ik ben er niet speciaal voor gaan winkelen. Voor de zomer heb ik een aantal nieuwe setjes gekocht en daar heb ik er eentje uitgekozen. Ik heb wel geprobeerd om op al het verkiezingsdrukwerk dezelfde kleren te dragen, voor de herkenbaarheid. Vaak rijden de mensen in volle vaart voorbij de verkiezingsborden. Het is belangrijk dat ze in één oogopslag zien wie er op de affiche staat.'

EXPERT BRUNO WUYTS BEOORDELT DE AFFICHE VAN TINNE ROMBOUITS (CD&V)

'Affiche in lijn met partij: degelijk maar saai'

HOOGSTRATEN Als we aan communicatiespecialist Bruno Wuyts vragen om punten te geven voor de affiche van Tinne Rombouts, toont hij zich mild: '7 op 10', is zijn oordeel.

Volgens Bruno Wuyts van het Antwerpse communicatiebureau Brandhome is de affiche van Tinne Rombouts best oké. 'Maar echt warm loop ik er niet voor', zegt hij. 'Het is een degelijke CD&V-affiche, helemaal in

lijn met de partijwaarden. Degelijk, maar ook een beetje saai: foto, naam, plaats op de lijst, zonder slogan.'

Dat vier iconen de plaats innemen van de traditionele verkiezingslogo, vindt de communicatie-expert van Brandhome een originele vondst. Toch heeft hij ook bedenkingen. 'Wat moet ik hiermee als twijfelende kiezer? Met thema's als platteland, ouderen, jeugd en gezin is niets mis. Maar wat gaat Tinne

Rombouts precies doen voor het platteland? Welke maatregelen wil ze nemen voor het gezin? Overtuigen doen de iconen niet echt.'

Iconen werken volgens Wuyts ook het best als ze herhaald worden. 'Maar daar merk ik weinig van. Op de website van Rombouts is nergens een icoon te bespeuren. Ook niemand anders in de partij gebruikt dezelfde beeldtaal.'

De layout en de opmaak van

de affiche vallen wel in de smaak. 'De affiche ziet er professioneel uit. De foto is ook erg natuurlijk en sympathiek. De kleurtint van de kleding sluit bovendien mooi aan bij de blauwe accentkleur van de ampersand (het teken &) in het oranje CD&V-logo. Een natuurlijke glimlach en de afwezigheid van schreeuwerige make-up maken het plaatje compleet.'

'Perfect dus', zo besluit de specialist van Brandhome.

'Maar waar stond Tinne Rombouts ook alweer voor? Geen idee, maar één ding is zeker: ze is wel sympathiek. En dat lijkt me de sterkste troef van deze affiche.' (EMA)

LEZERSERVICE
www.brandhome.com