

Bekanntmachung/Bekendmaking

Het nazisme in affichevorm (1940-1945)

Bekanntmachung/Bekendmaking

Het nazisme in affichevorm (1940-1945)

Erik Schaap

Uitgave: 2021, Brave New Books
Auteur: Erik Schaap, Zaandam
Illustratiebewerking: Hans Retz
info@schaapschrijft.nl
ISBN: 9789464185416

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaande toestemming van de auteur.

No part of this book may be reproduced in any form, by print, photoprint, microfilm or any other means, without permission from the author.

Foto omslag: Nationaal Archief/Collectie Spaarnestad/Wiel van der Randen.



Mei 1940.
(Beeldbank WO2-NIOD)

Ik zal me gelukkig prijzen als zal blijken dat mijn nieuwe lezers, al was het er maar één, begrepen hebben hoe gevaarlijk de weg is die bij nationalistisch fanatisme en de weigering om redelijk te denken begint.

(Voorwoord Primo Levi in *Is dit een mens*, 1971)

Als herdenken ook verlangen naar kennis is, dan zijn details belangrijk. Kennis bestaat uit details. Dan kunnen wij het ons niet permitteren te zeggen dat wij bepaalde details niet wensen te horen, omdat ze onze nachtrust verstoren.

(Arnon Grunberg, 4 mei-lezing 2020)

Inleiding

Waar de nationaalsocialisten gedurende het interbellum en de vijf daarop volgende, rampzalige jaren ook verschenen, hun propaganda was nooit ver weg. Adolf Hitler en zijn discipelen verkochten politieke boodschappen zoals een sigarettenfabrikant zijn rookwaren. Het product was anders en de schaal waarop het werd verspreid ook, maar verkocht moest er worden. Tegen vrijwel elke prijs en met alle beschikbare middelen. Het was handel *en gros*. Naast repressie en dwang zag Hitler reclame en agitatie als de middelen bij uitstek om via het volk zijn beoogde doelstellingen te realiseren. En dus trok hij alles uit de kast om zijn ideologie de wereld in te pompen. Het individu werd onder zijn leiding geofferd aan de massa, de bevolking diende te worden gemobiliseerd. Een mengsel van verleiding en dictaten moest daar in belangrijke mate aan bijdragen. Concessieloze staatspropaganda werd voor Hitler van essentieel belang.

De partijleider annex rijkskanselier wilde de ontvangers raken op gevoelsniveau. Hij maakte de rede ondergeschikt aan de emotie. Hitlers doctrine was zwart-wit; zijn goed versus het kwaad van buitenaf. Dat stijlmiddel promootte hij al in *Mein Kampf*: 'Hoe radicaler en opruiender mijn propaganda was, des te meer schrikte ze zwakkelingen en besluiteloze karakters af en voorkwam zo dat zij doordrongen tot de harde kern van de organisatie.'

Zodra hij in 1933 aan de macht kwam, liet de *Führer* een Ministerie van Volksvoorlichting en Propaganda opbouwen – kortweg *Propami*. Er werden jaarlijks tientallen miljoenen Marken ingestopt. Joseph Goebbels kreeg het beheer, en daarmee het monopolie op de Duitse kranten, radio-uitzendingen, films, pamfletten en affiches. De door het Ministerie gehanteerde thema's waren consistent: anti-Brits, anti-bolsjewistisch en anti-joods. Volksmenner Goebbels volgde twaalf jaar lang trouw de door Hitler uitgezette koers, tot hun beider zelfmoord in 1945.

Al voor de Eerste Wereldoorlog zag de latere dictator, zwerfend door Wenen, de toegevoegde waarde van propaganda. Hitler verdiende toen nog zijn schamele brood als schilder van commerciële posters. Via zijn werk doorgrondde hij de relatie tussen reclame en propaganda. Vanaf de jaren twintig zou hij die kennis in toenemende mate gebruiken. Eerst vooral als geestdriftig spreker, daarna ook als schrijver en tenslotte – toen hij zich de Duitse en een toenemend aantal buitenlandse media kon toe-eigenen – als agitator die

per radio en film zijn alternatieve waarheden kon verspreiden. Daarin stond hij niet alleen. Ook de andere totalitaire leiders van zijn tijd, zoals Stalin, Lenin, Mussolini en Franco, droegen de verbreiding van het eigen gelijk in combinatie met de censuur van andersdenkenden hoog in het vaandel. Maar geen van hen wist dat zo te perfectioneren als in het Derde Rijk gebeurde.

Affiches behoorden tot de belangrijkste nazistische propagandamiddelen. Dat gold zowel voor Duitsland als voor de bezette gebieden. Waar de radio uitgezet, brochures genegeerd en gelijkgeschakelde kranten ongelezen konden blijven, viel aan een straat- of raambiljet nauwelijks te ontkomen. Affiches waren een invloedrijk middel om de publieke opinie te beïnvloeden. En dus werden de steden en dorpen er mee volgeplakt. Joseph Goebbels zorgde dat er richtlijnen kwamen voor de productie van de propagandaposters. Het lezen van de daarop gedrukte teksten moest niet meer dan een minuut in beslag nemen en van de te gebruiken kleuren had rood – een verwijzing naar de nazistische revolutie – de voorkeur.

Tijdens de bezetting van Nederland verschenen ook hier de op het Duitse beleid afgestemde affiches in het straatbeeld. Nadat de meeste Nederlandse huishoudens in 1943 hun radio hadden moeten inleveren, werden deze biljetten voor de bezettingsautoriteiten van nog groter belang. Net als elders waren ze een combinatie van propaganda – vaak meer tekening dan tekst – en zakelijk ogende, vrijwel illustratieloze mededelingen. In de eerste oorlogsmaanden ging de bezetter nog terughoudend te werk. De Nederlanders dienden zelf de meerwaarde van het nationaalsocialisme te ontdekken. Een agressieve benadering van het broedervolk aan de Noordzee zou contraproductief kunnen werken, was de gedachte.

De propagandaposters belichtten aanvankelijk vooral de veranderingen in het reguliere leven als gevolg van de oorlog. Vanaf 1941 riepen ze ook op tot werken in Duitsland, toetreding tot de SS en doneren aan de nazistische steunorganisatie Winterhulp. Hoe slechter de Duitse strijd op het slagveld verliep, hoe oorlogsgezinder en feller op de geallieerden de documenten van de dictatuur werden. Steeds verbeterder werd geprobeerd om de toeschouwers te indoctrineren. Dat werkte misschien nog enigszins gedurende de twee eerste oorlogsjaren, maar daarna nam bij het gros van de bevolking de scepsis steeds sneller toe. Hoewel de posters een andere boodschap uitdroegen, werd almaar duidelijker dat het nazistische regime aan de verliezende hand was.

De talloze, meestal op grijs papier afgedrukte aanwijzingen, verordeningen en bekendmakingen in het straatbeeld hadden een ander karakter. Onder deze sober vormgegeven biljetten stond regelmatig de signatuur van de plaatselijke burgemeester. Hij volgde daarmee de bevelen op die het *Reichskommissariat Niederlande* hem gaf. Een niet aflatende stroom boodschappen vulde vijf jaar lang de gemeentelijke muren en borden. Op 16 mei 1940, daags na de capitulatie, zag de eerste Duitse verordening het Nederlandse daglicht. Het decreet verscheen zowel in de kranten als op aanplakbiljetten. Het eerste punt van de tekst behelsde een (tijdelijk) verbod op de verschijning van alle dagbladen, het laatste de dreiging met straf voor hen die de bepalingen niet zouden opvolgen. Daarmee werd meteen de toon gezet voor de volgende jaren.

De affiches droegen vaak een lokale signatuur. Ze verwezen veelal naar een gebeurtenis of handeling in de eigen gemeente of regio. Met de aanplakbiljetten informeerden de burgemeesters hun inwoners over uiteenlopende zaken als de invoering van persoonsbewijzen, de voedseldistributie en de luchtbeschermingsmaatregelen. Ze riepen de burgers op om de bezetter met rust te laten en de verduisteringsvoorschriften te volgen. Bijna dagelijks kwamen er vanuit Den Haag nieuwe wetten en regels. Aan de gemeenten de taak om die onder de aandacht te brengen. De talloze verordeningen en *Bekanntmachungen* kleurden de plaatselijke muren en borden met zwart en wit. Nederland veranderde in een land waar veel moest en weinig mocht.

Hoe serieus de autoriteiten hun eigen teksten namen, blijkt wel uit de acht pagina's tellende plak instructie die de secretaris-generaal van het Departement van Binnenlandsche Zaken namens de *Hauptabteilung Volksaufklärung und Propaganda* op 12 februari 1944 naar alle 'Heeren Burgemeesters' stuurde. Op de hoofdafdeling was men namelijk ontevreden 'over het feit dat het aanbrengen van aanplakbiljetten op de daarvoor bestemde plaatsen veel te wenschen overlaat'. De 'uniforme aanplakregeling' die een jaar eerder was gepubliceerd, werd met voeten getreden. 'De wijze, waarop tot heden de biljetten op de gemeentelijke aanplakplaatsen zijn geplakt, is geheel in tegenspraak met de eischen, welke de propaganda stelt', aldus de samensteller van de handleiding. 'Het meerendeel der aanplakgelegenheden geeft een bonte mengeling van schots en scheef, naast en over elkaar geplakte affiches te zien.' Waarna met foto's en bijschriften werd geïllustreerd wat er allemaal fout ging ('Toonbeeld van chaos') en hoe de regels juist te hanteren ('De biljetten over de geheele oppervlakte goed vastkleven, zoodat niet na eenige tijd half-losgeweekte ezelsoren naar beneden komen te hangen.').

Het naar Nederlandse maatstaven toch al overdreven Duitse overheidstoezicht onttaarde in een *never ending* serie bemoeienissen met de dagelijkse gang van zaken. De vele oekazes van het *Reichskommissariat* werden aangevuld door allerlei nieuwe bestuursinstellingen, die op hun beurt ook weer hun bepalingen en voorschriften loslieten op de bevolking. Elke maand kwamen er nieuwe regels, in totaal vele honderden. Een mengeling van ge- en verboden werd gekoppeld aan (steeds strengere) straffen voor overtreders. En al die besluiten en beschikkingen werden aangekondigd in de gelijkgeschakelde dagbladen en/of op muurbiljetten. Aan de toonzetting was vaak af te lezen hoe de oorlog verliep: des te ernstiger de tekst en zwaarder de sancties, des te moeilijker het regime kon standhouden.

Aan de hand van dit soort aanplakbiljetten is dus in grote lijnen het verloop van de oorlog in Nederland te volgen. Over de gebruikte Duitse (en geallieerde) propagandaposters zijn in de loop der jaren de nodige boeken verschenen. De zakelijker overheidsbekendmakingen in de openbare ruimte kregen tot nu toe veel minder aandacht, terwijl de inhoud ervan toch een veel grotere impact had op de bevolking. Dit boek vult die leemte hopelijk enigszins op.

Om zowel de omvang als de uitwerking ervan te laten zien, is er voor gekozen om in deze publicatie een aantal affiches uit één specifieke regio te tonen en te duiden. De Zaanstreek – een conglomeraat van een aantal dorpen en één stad – is hiervoor bij uitstek geschikt. Hier kwam alles samen. In de Zaanstreek vond zowel de Februaristaking (1941) als de April-meistaking (1943) en de Spoorwegstaking (1944/45) plaats, die de bezetter dwongen tot felle tegenacties. Zaandam was de eerste gemeente die ‘*Judenrein*’ werd gemaakt. De machthebbers waren gebeten op de ‘rode’ Zaanstreek, waar nogal wat weerstand tegen de bezetter leefde. Het gewapend verzet liquideerde er bovengemiddeld veel (vermeende) collaborateurs, met zware represailles tot gevolg. En de Hongerwinter hield flink huis aan de boorden van de Zaan. Al deze en nog veel meer gebeurtenissen komen terug op de posters van het dictatoriale bewind.

Ter illustratie van de gevolgen die de afgekondigde maatregelen op de bevolking hadden, zijn her en der citaten van Klazina Kuiper door de tekst gegeven. Deze Zaandamse huisvrouw hield vanaf januari 1941 vijf jaar lang nauwgezet een dagboek bij. Daarin noteerde ze openhartig haar ervaringen, hoop en angsten. Regelmatig commentarieerde zij ook de jongste, op Duitse instigatie tot stand gekomen ont-

wikkelingen. Door haar te citeren, worden de effecten van de overheidsmaatregelen in oorlogstijd nog duidelijker zichtbaar.

Een tweede persoon die meermalen terugkomt in dit boek is Arthur Seyss-Inquart. Als Rijkscommissaris voor het bezette Nederland werd hij het gezicht van de onderdrukking. Hoewel deze Oostenrijker in de Polygoon-journaals veelvuldig als wel-doener werd gepresenteerd, ontpopte hij zich gaandeweg als een ideologische hardliner. Zijn vijf jaar durende machtsvertoon kostte duizenden Nederlanders het leven. Arthur Seyss-Inquart en Klazina Kuiper waren tegenpolen. De een heerste over een schrikbewind, de ander leed onder de gevolgen.

Dit boek bevat een bescheiden selectie van de honderden affiches die tussen 1940 en 1945 in de Zaanse straten zichtbaar waren. Veel aanplakbiljetten verdwenen spoorloos na te hebben dienstgedaan voor het beoogde doel. Hun nut was tijdelijk. Daar kwam bij dat nogal wat mensen het als een sport beschouwden om de politieke teksten af te scheuren of ze van hun waarde te ontdoen door ze te bekladden met slogans als 'OZO' ('Oranje zal overwinnen') of met een simpele 'W' ('Wilhelmina'). Zonder gevaar was dat niet; er stonden strenge sancties op. De nog jonge broertjes Henk en Hans Krijt, die in de zomer van 1940 een affiche met de tekst 'Duitsland wint op alle fronten' van een muur in de Zaadamse Bootenmakersstraat krabden, kwamen er genadig af. Hoewel de NSB-buurman de politie waarschuwde, bleef hun straf beperkt tot een paar uur op het politiebureau. Betrapte volwassenen wachtte daarentegen meestal een reis naar de gevangenis of het concentratiekamp.

Veel overheidsposters was dus slechts een kort leven beschoren. Wat in mei 1945 resteerde, verdween onder de plaksels van de nieuwe bewindvoerders of de muurkranten van even eerder nog illegale bladen. Gelukkig zijn in de Nederlandse archieven en bij particulieren toch nog de nodige exemplaren te vinden. Voor wat de bewaard gebleven Zaanse bijdragen betreft, valt op dat met name het Westzaanse aandeel aanzienlijk is. Die toch niet al te grote gemeente is dan ook flink vertegenwoordigd op de volgende pagina's. De in Westzaan gebruikte teksten hingen veelal ook, met een andere handtekening eronder, in de andere gemeenten. Deze affiches, aangevuld met de andere Zaanse biljetten, zijn dus exemplarisch voor heel Nederland en geven de repressie weer die vijf jaar lang het dagelijks leven bepaalde.



Het gemeentehuis van Zaandam in oorlogstijd.
(Gemeentearchief Zaanstad)

1940