

Een visuele verleidingsstrategie

**Het gebruik van beelden in de
collecteposters van Winterhulp Nederland
(1940-1944).**

**Renée van Haperen
Masterscriptie
Geschiedenis en Actualiteit
Geertje Mak
15 januari 2018**

**NB: Wegens auteursrechten op de onderzochte beelden zijn de afbeeldingen
weggehaald, zie de bronvermelding voor online raadpleging.**

Inhoud

1 Inleiding.	2
1.2 Historiografie.	3
1.2.1 Winterhulp.	3
1.2.2 Propaganda .	6
1.3 Vraagstelling.	7
1.4 Visuele bronnen en methode.	7
2 Visuele propaganda van Winterhulp Nederland.	12
2.1 Doelstelling van de propaganda van Winterhulp.	12
2.2 Verspreiding en controle.	13
2.3 Visuele propagandastrategieën: kleur, beeldmotieven en typografie.	15
2.4 Vergelijking met Duitse Winterhilfe-posters.	21
3 De kijker en het narratief.	26
3.1 Het aanspreken van de kijker.	26
3.2 Het narratief van de hulpbehoevenden en de hulp van Winterhulp.	28
3.3 De kijker en het narratief van het geven.	31
3.4 Het narratief van de gemeenschap.	34
3.4.1 De verwijzing naar de gemeenschap in tekst.	34
3.4.2 Gangbare motieven in de verbeelding van Nederland.	39
3.4.3 Het gebruik van iconische beelden.	40
3.4.4 De verbeelding van een gemeenschappelijk verleden en prestaties.	42
3.4.5 De verbeelding van de heimat.	47
3.4.6 Aansluiting bij bestaande symboliek.	49
3.5 Deelconclusie.	50
4 Conclusie.	51
5 Bibliografie.	56

1. Inleiding.

‘voor het volk, door het volk’

In oktober 1940 werd in Nederland *Stichting Winterhulp Nederland* (WHN, 1940-1944) opgericht door de Duitse bezetter, met het uitgangspunt ‘voor het volk, door het volk.’ Het was een liefdadigheidsorganisatie die door middel van onder andere collectes, bedrijven en loterijen geld inzamelde om behoeftige Nederlanders van materiële steun zoals voedsel en kleding te voorzien. De organisatie was gesticht naar het voorbeeld van de Duitse *Winterhilfswerk* (1933 – 1945). In Duitsland was het Winterhilfswerk verbonden met de *Nationalsozialistische Volkswohlfahrt*, een organisatie die het maatschappelijk veld had omgebouwd tot een instrument van nazipropaganda en sociale beheersing van de bevolking. In 1941 kwam in Nederland een vergelijkbare stichting, de *Nederlandse Volksdienst*, tot stand. Naar het Duitse voorbeeld was dit een alomvattende organisatie voor sociaal werk, maatschappelijke hulpverlening en liefdadigheid. De Nederlandse Volksdienst moest de Winterhulp en andere organisaties overkoepelen om op nationaalsocialistische grondslag het hele domein van maatschappelijke en sociale zorg voor haar rekening te nemen.¹ Dit onderzoek zal zich richten op Winterhulp Nederland.

De bedoeling van de bezetter was om via Winterhulp de hulpverlening aan behoeftigen over te nemen van de overheid en van particuliere en kerkelijke organisaties. Andere liefdadigheidsorganisaties werden verboden om te collecteren, waardoor Winterhulp een monopolie op het gebied van inzamelingen voor liefdadigheid kreeg. Winterhulp zamelde geld in via landelijke collectes die in de winterperiodes werden gehouden. Deze werden door middel van uitgebreide campagnes vanuit de propaganda-afdeling op het hoofdkantoor gepromoot. De afdeling voor propaganda gaf iedere collecte een thema. Als verzamelobject konden tijdens de collectes speldjes gekocht worden die verband hielden met het thema van de collecte. De collectes werden via grote en kleurrijke posters aangekondigd die in de openbare ruimte verspreid werden.² Achter het visuele ontwerp van deze propagandaposters ging een uitgebreide strategie schuil, waarmee via beelden aansluiting werd gezocht bij de Nederlandse bevolking. Waar de visuele beelden op de posters op het eerste gezicht niet nationaalsocialistisch oogden bleken deze beelden wel bij het nationaalsocialistische gedachtegoed aan te sluiten. Wat was de intentie en strategie van de bezetter achter deze collecteposters?

¹ P. Romijn, *Burgemeesters in oorlogstijd, besturen onder Duitse bezetting* (Amsterdam 2006) 203, 210.

² Romijn, *Burgemeesters in oorlogstijd*, 203; R. Kok, E. Somers, *V=Victorie. Oorlogsaffiches 1940-1945* (Zwolle 2003) 56.

1.2 Historiografie.

Winterhulp is in een aantal publicaties onderwerp van onderzoek geweest. Dit onderzoek betreft verschillende aspecten. In de historiografie is er onder andere onderzoek verricht naar de werkwijze van Winterhulp op het niveau van de organisatie. Daarbij is er aandacht voor de bestuurlijke aspecten op landelijk en gemeentelijk niveau en de reacties van de liefdadigheidsorganisaties, zoals de kerken, die door Winterhulp buiten spel werden gezet. De doelstellingen en bedoelingen van Winterhulp, haar houding tegenover de Nederlandse bevolking en de uitstraling die ze daarbij had waren hierbij onderdeel van onderzoek. De rol van Winterhulp in de bezetting wordt in de literatuur geplaatst onder de noemer van het streven naar de nazificatie en gelijkschakeling van Nederland. Het eerste deel van dit stuk zal hier nader op ingaan. Een andere onderzoeksrichting is de rol van Winterhulp binnen het propagandaoffensief dat met deze nazificatie gepaard ging. Hier besteedt het tweede deel van dit stuk aandacht aan.

1.2.1 Winterhulp.

In de historiografie wordt Winterhulp algemeen beschouwd als een onderdeel van de gelijkschakeling en nazificatie van Nederland die de Duitse bezetter voor ogen had. Dit hield in dat de bezetter pogingen ondernam tot nazificatie en de gelijkschakeling van politieke, maatschappelijke en culturele instellingen op verschillende terreinen.³ Historicus Peter Romijn stelt dat Winterhulp in deze context werkte aan de politisering van liefdadigheid en zorg. Winterhulp was een aanval op het maatschappelijke middenveld waarmee getracht werd om de samenleving te dwingen tot aanpassing aan het systeem van de Duitse bezetter. Het maatschappelijk middenveld werd uitgeschakeld en de lokale overheden werden onder druk gezet om liefdadigheid en zorg vanuit het perspectief van de Duitse 'Nieuwe Orde' over te nemen. Theoloog Ben Koolen onderzocht hoe Winterhulp zich verhiel tot het bestaande stelsel van maatschappelijke zorg. De bezetter wilde met Winterhulp een monopolie verkrijgen op het gebied van maatschappelijke zorg en de Nederlandse samenleving in nationaalsocialistische zin herstructureren. Het was de bedoeling dat de winterhulporganisatie in het verzuilde Nederland allerlei organisaties van liefdadigheid zou centraliseren.⁴

Naast nazificatie en gelijkschakeling op politiek en maatschappelijk gebied beschouwen wetenschappers Winterhulp ook als onderdeel van de (zelf)nazificatie van de Nederlandse bevolking. De bezetter wilde de Nederlanders zelf de zegeningen van het nationaalsocialisme laten ontdekken. Koolen beschreef de Winterhulp als een verleidingstruc van de bezetter, gericht op de aanvaarding van het nieuwe regime als menslievend. Winterhulp ontwikkelde zich tot een instrument om de

³ F. Boterman, *Duitse daders: de jodenvervolgung en de nazificatie van Nederland, 1940-1945* (Amsterdam 2015) 14.

⁴ Romijn, *Burgemeesters in oorlogstijd*, 189, 202, 216.; G.M.J.M. Koolen, 'Het nationaalsocialisme en de maatschappelijke zorg vanuit de kerken 1940-1945', in: *Tijdschrift voor Religie, Recht en Beleid* 6:3 (2015) 65.

ideologie van het nazisme ingang te doen vinden in de Nederlandse samenleving.⁵ Volgens Romijn moest de propagandacampagne van Winterhulp in de dagbladen en op de radio het glorieuze karakter van de nieuwe liefdadigheidsbeleving onderstrepen.⁶ De propaganda van Winterhulp was hier een belangrijk middel voor. Hier gaat de volgende paragraaf dieper op in.

Winterhulp werd dus zowel op organisatorisch als ideologisch gebied ingezet in de nazificatie van Nederland. In de historiografie wordt gesteld dat Winterhulp zich in eerste instantie niet uitdrukkelijk als een nationaalsocialistische organisatie profileerde. Dit wordt over het algemeen toegewezen aan Carel Piek die van 1940 tot 1942 leider van de stichting was. De benoeming van Carel Piek als directeur paste bij het streven van de bezetter om de Nederlanders geleidelijk voor de nazi-ideologie te winnen. Piek was voor de bezetting lid geweest van de Nationaal Socialistische Beweging (NSB), maar had zijn lidmaatschap opgezegd waardoor hij niet besmeurd was met landverraad. Hij was wel pro-Duits en pro-nationalistisch gebleven.⁷ Piek legde tot aan zijn ontslag de nadruk op het Nederlandse karakter van de stichting. Winterhulp was volgens hem typisch Nederlands en had alleen haar naam en wat goede ideeën van de Duitsers overgenomen. Daarnaast moedigde Piek het collecteren in nationaalsocialistisch uniform niet aan en benadrukte hij het beginsel 'voor het volk, door het volk.'⁸ Historici Aart Wassenaar, Lou de Jong en Peter Romijn specificerden deze uitstraling van een niet-nationaalsocialistische stichting. Zij lichtten toe dat het ging om het waken voor een NSB-stempel op de organisatie. Volgens De Jong wilde het Rijkscommissariaat de nieuwe op nationaalsocialistische ideologie gebaseerde instellingen, zoals de Winterhulp, vrij houden van identificatie met de NSB. Wassenaar schreef in zijn biografische onderzoek dat onder Piek het streven was zich politiek-onafhankelijk op te stellen en Winterhulp te behoeden voor een NSB-stigma. Romijn zegt dat op bijeenkomsten met burgemeesters in het land door de Winterhulpleiding steeds uitgelegd werd dat de Winterhulp geen Duitse creatie maar een authentiek Nederlands initiatief was. Winterhulp was niet aan de NSB verbonden. De Winterhulpleiding zag in dat het nationaalsocialistische imago een grote hinderpaal tot succes was

⁵ Koolen, 'Het nationaalsocialisme en de maatschappelijke zorg', 47, 64, 65.

⁶ Romijn, *Burgemeesters in oorlogstijd*, 209.

⁷ L. de Jong, *Het koninkrijk der Nederlanden in de Tweede Wereldoorlog 1939-1945, Deel 6, eerste helft, juli '42 – mei '43* ('s Gravenhage 1975) 489; A.W. Wassenaar, *Van Winterhulp via Oost-Compagnie en Marseille naar Rode Kruis : de loopbaan van Carel Piek voor, tijdens en na de bezettingstijd 1940-1945 : een geschiedenis van idealisme en collaboratie* (2016) 9 ; Romijn, *Burgemeesters in oorlogstijd*, 205.

⁸ Kok, Somers, *V=Victorie*, 56; L. de Jong, *Het koninkrijk der Nederlanden in de Tweede Wereldoorlog, Deel 4, tweede helft, mei '40 – maart '41* ('s Gravenhage 1972) 685; Koolen, 'Het nationaalsocialisme en de maatschappelijke zorg', 50, 51; E. Smit, D. Webbink, *De propaganda oorlog : oorlogsaffiches en verzetsdrukwerk 1940-1945 uit de collectie van Stadsarchief en Athenaeumbibliotheek* (Deventer 2009) 25; Romijn, *Burgemeesters in oorlogstijd*, 212, 215; Wassenaar, *Van Winterhulp*, 9, 56, 62, 63, 73.

van de Winterhulp.⁹ Vanaf het begin waren er problemen met de NSB door de eigzinnigheid van Piek, de steeds hardhandiger pogingen van de bezetter om Nederland te nazificeren en de groeiende weerstand van de NSB tegen hem. De Winterhulp functioneerde in eerste instantie buiten bemoeienis van de NSB, tot ongenoegen van de NSB. In 1942 voelde de NSB zich krachtig genoeg om het heft in eigen hand te nemen en werd Piek ontslagen. NSB'er Frederik van Vloten trad aan als leider waardoor de stichting onder toenemende invloed van de NSB kwam te staan.¹⁰ De literatuur stelt dus dat onder Piek naar buiten toe werd benadrukt dat de Winterhulp vooral een Nederlandse en in eerste instantie geen nationaalsocialistische aangelegenheid was.

Ondanks deze schijn van onafhankelijkheid werd de stichting door de bevolking als een Duits initiatief beschouwd. In de literatuur wordt, wanneer de receptie van Winterhulp aan bod komt, gesproken van wantrouwen tegenover de bedoelingen van de bezetter. De overtuiging bij de bevolking was dat Winterhulp een zaak van de bezetter en de NSB was. Dit was onder andere terug te zien aan de tegenvallende opbrengsten bij de maandelijkse collectes, die in de loop van de tijd steeds minder opbrachten. Vanaf het begin was de weerklank voor bijdrages aan de straatcollectes bij de bevolking vrij gering. De huis-aan-huiscollectes brachten meer geld op, wellicht omdat men bij weigering bang was voor moeilijkheden. Bij de straatcollectes waren de gevers anoniem maar bij de huis-aan-huiscollectes kwamen collectanten met naam- en adreslijsten aan de deur en moest voor een bepaald bedrag ingetekend worden. Een ander teken dat Winterhulp niet goed aansloeg was dat de affiches van de Winterhulp afgescheurd of beklad werden met leuzen als 'Geen piek voor Piek!' of "Het kleinste knoopje van mijn gulp is nog te goed voor Winterhulp". Lou de Jong schreef dat in bezet gebied veel mensen er van overtuigd waren dat de opbrengsten voor een deel naar Duitsland of de NSB gingen. Onterecht, want er kwam juist geld vanuit de winterhulporganisatie in Duitsland naar Nederland.¹¹ Naast de tegenvallende opbrengsten was ook het werven van collectanten een probleem. De mobilisatie verliep moeizaam waardoor de leiding steeds meer op nationaalsocialisten aangewezen was, wat het nationaalsocialistische imago verder versterkte. Winterhulp had echter ook succes. De loterijen die Winterhulp organiseerde sloegen wel aan bij de bevolking en brachten meer op dan de collectes. Bovendien werd de hulp in brede kring aangenomen.¹²

⁹ De Jong, *Het koninkrijk der Nederlanden, deel 4*, 685; De Jong, *Het koninkrijk der Nederlanden, deel 6*, 489, 512-514; Wassenaar, *Van Winterhulp*, 9; P. Romijn, *Burgemeesters in oorlogstijd, besturen onder Duitse bezetting* (Amsterdam 2006) 205, 212.

¹⁰ Wassenaar, *Van Winterhulp*, 9; Koolen, 'Het nationaalsocialisme en de maatschappelijke zorg', 59; A.W. Wassenaar, *Het optreden van Winterhulp Nederland in de gemeente Gouda 1940-1945, dissertatie* (1987) 22.

¹¹ De Jong, *Het koninkrijk der Nederlanden, deel 6*, 492.

¹² Kok, Somers, *V=Victorie*, 56; Koolen, 'Het nationaalsocialisme en de maatschappelijke zorg', 50; Romijn, *Burgemeesters in oorlogstijd*, 209, 212; Wassenaar, *Van Winterhulp*, 66; De Jong, *Het koninkrijk der Nederlanden, deel 4*, 849.

1.2.2 Propaganda.

Uit de historiografie bleek dat Winterhulp een onderdeel was van de nazificatie en gelijkgeschakeling van Nederland en haar bevolking op zowel organisatorisch als ideologisch niveau. Winterhulp was zich bewust van haar uitstraling en de reactie van de Nederlandse bevolking. Tijdens de Tweede Wereldoorlog zette de bezetter in Nederland meerdere methoden in voor de nazificatie van Nederland.¹³ De beïnvloeding van de openbare mening via propaganda was hier een belangrijk middel voor. De bezetter gebruikte in haar propaganda vriendelijkheid en agressie, triomf en verbittering en leugen en waarheid. De propaganda was tweeledig: enerzijds keerde zij zich tegen Engeland, het Huis van Oranje en de democratie die verantwoordelijk was voor alle ellende uit de vooroorlogse crisisjaren. Anderzijds werden de zegeningen van het nationaalsocialisme vanuit een positieve benadering getoond. In het begin van de oorlog bepaalden toenadering en verbroedering de houding van de bezetter. Rechtstreekse onverbloemde propaganda was een uitzondering. De bezetter wilde de Nederlanders zelf de zegeningen van het nationaalsocialisme laten ontdekken. In de tweede helft van de bezetting werd, naarmate de nederlaag van Duitsland naderde, de propagandastrategie steeds defensiever en agressiever en thema's als angst en terreur voerden de boventoon.¹⁴

De propaganda van Winterhulp wordt in de literatuur beschouwd als een onderdeel van het propagandaoffensief, waarmee de Duitse bezetter tijdens de Tweede Wereldoorlog de Nederlandse bevolking probeerde te winnen voor de nationaalsocialistische ideologie. Historici René Kok, Erik Somers en Ester Smit en Dinand Webbink namen de propaganda van Winterhulp mee in hun onderzoek naar propaganda-affiches van de bezetter in bezet Nederland. Kok en Somers stelden bijvoorbeeld dat de Winterhulp in het leven werd geroepen in een poging om nauwer in contact te komen met de brede lagen van de Nederlandse bevolking. Het gebaar van sociale bewogenheid was vooral bedoeld om de goede bedoelingen van de Duitse bezetter te benadrukken. Ook Smit en Webbink noemen de Winterhulp-acties, die met tientallen affiches ondersteund werden, een tactiek om de Nederlanders gunstig te stemmen ten opzichte van de bezetter. De propaganda van Winterhulp is volgens onderzoek dus te plaatsen in de propaganda van de bezetter die in eerste instantie erop gericht was om in de gunst te komen van het Nederlandse volk en het nazificeren van Nederland.¹⁵

Het hoofdkantoor van Stichting Winterhulp Nederland beschikte over een afdeling voor propaganda die zeer actief was. De propaganda kwam tot uiting in de vorm van onder andere posters, liederen, reclamefilms, etalages, bioscoopjournaals, collectespeldjes, brochures, in kranten,

¹³ Boterman, *Duitse daders*, 14, 15.

¹⁴ Kok, Somers, *V=Victorie*, 9, 14, 21.

¹⁵ Smit, Webbink, *De propagandaoorlog*, 9, 10; Kok, Somers, *V=Victorie*, 56.

foto's van collectanten en een voorlichtingsblad. In deze propaganda werd veel gebruik gemaakt van visuele beelden.

1.3 Vraagstelling.

Tot nu toe is, ondanks het frequente gebruik van visuele beelden door Winterhulp, in onderzoek weinig aandacht aan de visuele kant van de propaganda van de Winterhulp besteed. Het beeldmateriaal wordt vooral illustratief gebruikt voor de bespreking van winterhulpacties, doelstellingen en uitstraling van de organisatie. Standpunten over de propaganda zijn veelal gebaseerd op de leuzen en tekst op de posters en niet op het visuele beeld. Dit onderzoek tracht door een visuele analyse van de beelden die Winterhulp uitdroeg meer inzicht te geven in de suggestieve boodschappen die in campagneposters meegegeven werden. Welke visuele strategie hanteerde Winterhulp om de bevolking te winnen voor de nationaalsocialistische ideologie? Welke vertogen en retoriek schuilden in de visuele beelden? Wat werd wel of juist niet verbeeld? Een analyse van het visuele discours van de posters geeft inzicht in de strategie die Winterhulp toepaste om in de gunst te komen van de Nederlandse bevolking en aansluiting te zoeken bij de gemeenschap. De hoofdvraag van deze scriptie luidt: *Hoe zette Stichting Winterhulp Nederland (1940-1944) in haar collectecampagnes visuele beelden in om de Nederlanders te winnen voor de nationaalsocialistische ideologie?* Ter beantwoording van deze vraagstelling zal ten eerste ingegaan worden op de selectie van bronnen, de toegevoegde waarde van onderzoek naar de visuele beelden van Winterhulp en de gehanteerde methode in dit onderzoek. Daarna volgt een hoofdstuk waarin de doelstellingen en richtlijnen van de propaganda van Winterhulp besproken worden. In dit hoofdstuk komen ook de visuele propagandastrategieën die Winterhulp toepaste in haar beeldmateriaal aan bod. Welke kleuren, beeldmotieven en typografie gebruikte Winterhulp in haar posters? Hierbij wordt het bronnencorpus in zijn geheel bekeken. In het derde hoofdstuk worden het vertoog en visuele en tekstuele narratieven in het propagandamateriaal van Winterhulp onderzocht. Hoe en door middel van welke narratieven werd de kijker aangesproken? Welke beelden gebruikte Winterhulp om aansluiting bij de Nederlandse bevolking te zoeken en hoe werd Winterhulp aan deze beelden gekoppeld?

1.4 Visuele bronnen en methode.

De methode van deze scriptie zal bestaan uit een kwalitatief onderzoek naar visueel propagandamateriaal dat uitgegeven is door Winterhulp. Omdat het in de beperkte ruimte van dit onderzoek niet mogelijk is om het omvangrijke visuele propagandamateriaal in zijn geheel te analyseren is een keuze gemaakt voor visuele propagandaposters die ingezet werden om de collectes aan te kondigen. Er zijn in dit onderzoek 29 posters geanalyseerd uit de vier winterhulpseizoenen, die

allemaal gerelateerd waren aan de collectes. De meeste posters kondigden straatcollectes aan, een aantal betroffen de aankondiging van huislijstencollectes en twee posters hoorden niet bij een specifieke collecte maar bij de collectes in het algemeen.¹⁶ Naast deze posters is ook tekstueel materiaal van de hoofdafdeling van propaganda van Winterhulp onderzocht om de schaal waarop en de strategie waarmee de collectes aangekondigd werden bij het publiek te onderzoeken. Dit materiaal bestond hoofdzakelijk uit correspondentie vanuit de hoofdafdeling voor propaganda van Winterhulp.

De specifieke keuze voor de collecteposters is gemaakt omdat deze een belangrijk aandeel hadden in de visuele propaganda waarmee de Winterhulp het publiek op straat benaderde. Via deze posters trachtte ze de kijker te stimuleren tot het geven voor Winterhulp, een handeling vanuit de bevolking. De posters waren een belangrijk instrument om aansluiting te zoeken bij de Nederlandse bevolking, zowel via teksten als beelden. Bovendien viel de keuze op posters als bron, omdat de poster een belangrijk propagandamiddel ten tijde van de bezetting was. In het Derde Rijk was ze een primair massacommunicatiemiddel voor de nationaalsocialistische propaganda en het visueel propageren van politieke verklaringen, zelfvertegenwoordiging en legitimatie. Het affiche bood voordelen ten opzichte van andere vormen van propaganda. Het had een grote reikwijdte omdat de informatie op straat verspreid kon worden en het bij toeschouwers herhaaldelijk op het netvlies verscheen. Visuele beelden hadden een grote zeggingskracht en een grote kleurrijke poster viel op. Met kleuren en leuzen werd geprobeerd de lezer bewust te maken of zijn gedrag te beïnvloeden. Beeldaffiches waren dus belangrijk om een publiek rechtstreeks te benaderen zonder dat de boodschap ongelezen of ongezien bleef. Visuele propagandaposters droegen in grote mate bij aan meningsvorming en de nationaalsocialistische ideologisering van de burgers.¹⁷

De toegevoegde waarde van een analyse van de visuele beelden die gebruikt werden in de Nederlandse winterhulpposters is het aanvullende beeld dat ze geven op de narratieven waarmee Winterhulp Nederland in de collectecampagnes de Nederlandse bevolking probeerde te bereiken. Een voorbeeld van de toegevoegde waarde van een visuele analyse van propagandaposters is de studie van de Duitse kunsthistorica Birgit Witamwas. Ze onderzocht door middel van een kunstwetenschappelijke analyse nationaalsocialistische propagandaposters uit de Weimar Republiek en het Derde Rijk. Dit deed ze tegen de historische en politieke achtergrond. Het doel van haar studie was om nationaalsocialistische beeldstrategieën en beelden te beschrijven en wederkerende motieven en termen te benoemen. Daarvoor onderzocht ze de ideologische esthetiek van het

¹⁶ De beelden zijn raadpleegbaar via de digitale beeldbank *Geheugen van Nederland*.

¹⁷ E. Somers, R. Kok, 'De zeggingskracht van het affiche 1940-1945, in: E. Somers, R. Kok, G. Groeneveld, *Goed Fout, grafische vormgeving in Nederland 1940-1945* (Nijmegen 2015) 22, 25; P. Gerhard, *Aufstand der Bilder, die NS-Propaganda vor 1933* (Bonn 1990) 143, 150; B. Witamwas, *Geklebte NS-Propaganda. Verführung und Manipulation durch das Plakat* (München 2016) 13, 14; Smit, Webbink, *De propagandaoorlog*, 26.

nationaalsocialisme en de betekenis, vormgeving en boodschappen die in de nationaalsocialistische poster via beeld werden overgedragen. Door de esthetische middelen te analyseren trachtte ze de suggestieve boodschap van de maker en opdrachtgever bloot te leggen.¹⁸ In deze studie wordt getracht door middel van een visuele analyse van de collecteposters van Winterhulp de visuele retoriek op de posters in beeld te brengen. Welke visuele beelden en strategieën werden gebruikt om aansluiting te zoeken bij de gemeenschap? Een dergelijke analyse van de visuele retoriek geeft een complexer beeld van de strategie van de bezetter om via Winterhulp de bevolking te winnen voor de nationaalsocialistische ideologie, dan tot nu toe in de literatuur geschetst is. Tot nu toe zijn vooral de teksten op de posters meegenomen in onderzoek. De teksten vormden echter niet het enige element waarmee de kijker benaderd werd. Ook de beelden op de posters verbeeldden een narratief op zichzelf. Een combinatie van beide elementen op de poster geeft een complexer beeld van het vertoog waarmee Winterhulp haar publiek benaderde en hoe dit vertoog binnen het nationaalsocialistische gedachtegoed paste.

Een beperkende factor aan een visuele analyse is dat wanneer we beeldmateriaal bestuderen we gedwongen zijn om een waarneming om te zetten in woorden. Bij een beeld maken we een verhaal om het te interpreteren. Een beeld is dus onderhevig aan een associatieve betekenis die aan het beeld wordt gegeven. Die associatieve betekenissen die aan een beeld gekoppeld worden kunnen verschillen. Daardoor is het niet te achterhalen of de interpretatie van de beelden exact de strategie van bezetter was. Een analyse van een tekstuele bron is echter ook aan subjectieve interpretatie onderhevig. Dit kan zo veel mogelijk opgevangen worden door het vergelijken van de visuele en tekstuele bronnen en deze te interpreteren naar de context van de bezetting en de doelen die Winterhulp met haar propaganda had.

De methode van visuele analyse in deze studie zal bestaan uit een beschrijvend en een interpreterend niveau. De methode van de analyse van de visuele bronnen is afgeleid van de werkwijze van historica Marga Altena. Hoewel haar bronnencorpus geen moderne propaganda betreft biedt haar werk een goed uitgangspunt voor de aanpak van een visuele analyse van historische bronnen waarin aandacht is voor de keuzes die een opdrachtgever maakt. Zij zette een methode uiteen om visuele bronnen effectief te analyseren, aan de hand van een stappenplan bestaande uit vijf conventies. De eerste stap betreft de conventie van het afbeelden, waarbij de fysieke kenmerken van het object en de afzonderlijke elementen van de afbeelding worden beschreven. Dit resulteert in een gedetailleerde beschrijving van het beeld. De tweede stap is de conventie van het gebruik van traditie, waarin aandacht is voor de beeldtraditie en status van techniek. Beelden brengen door eerder gebruik een betekenis mee die het nieuwe beeld kleuren. De

¹⁸ Witamwas, *Geklebte NS-Propaganda*, 13, 14, 194-197.

derde conventie, die van de bemiddeling, onderzoekt hoe partijen invloed uitoefenden op het ontstaan van het beeldmateriaal en wat de kansen en beperkingen van de makers waren. Tijdens stap vier, de conventie van beeldvorming, worden afbeeldingen vergeleken met tekstuele bronnen over opvattingen en ideeën over het thema. De laatste conventie is die van het beeldgebruik. Deze onderzoekt de betekenis van de afbeelding en de daarin weergegeven beeldvorming in relatie tot culturele, sociale en politieke context.¹⁹ Voor het beschrijvende deel van de visuele analyse is ook gebruik gemaakt van de methode van Birgit Witamwas. Haar onderzoek naar de ideologische esthetiek van nationaalsocialistische propagandaposters biedt aanknopingspunten voor de bestudering van nationaalsocialistische beeldstrategieën en de herhaling van motieven en termen.²⁰

Het beschrijvende deel van de visuele analyse voor dit onderzoek zal zich richten op de visuele strategieën die in de propagandaposters zijn toegepast. Het gebruik van esthetische aspecten als kleuren, perspectieven, lichtspeling, achtergronden, contrasten, beeldmotieven en symbolen is hier onderzocht. Daarnaast is er gekeken naar de eventuele tekst op de posters: welke leuzen, termen en taalgebruik werden gebruikt en hoe werden deze vormgegeven? Tijdens de analyse van de beelden is er aandacht besteed aan wat is er te zien is op het beeld, de verhouding tussen tekst en beeld, de verhouding tussen kleuren en de beeldmotieven die juist wel of niet werden afgebeeld. Een vergelijking met de Duitse Winterhulpposters laat zien hoe de visuele strategie in de Nederlandse winterhulpposters zich onderscheidde van haar Duitse voorbeeld.

Vervolgens is gekeken naar de betekenis van deze visuele en tekstuele elementen in de verbeelding van het vertoog dat Winterhulp via de posters aan de kijker overdroeg. Het interpreterende niveau van de analyse gaat in op de narratieven en (visuele) retoriek die te onderscheiden zijn in de verschillende collecteposters op zowel tekstueel als visueel niveau. Hierbij is ten eerste gekeken naar de narratieven die bij individuele posters van collectes werden gebruikt. Daarbij is aandacht voor het verhaal en de boodschap die de posters zowel in de tekst als het beeld aan de kijker overdroegen. Welk verhaal werd verteld en welk verhaal werd achterwege gelaten? Ten tweede is gekeken naar de manier waarop de kijker benaderd werd: waar staat de kijker, hoe wordt die aangesproken en wordt hij ergens bij betrokken? Een derde element dat onderzocht is, is de aansluiting van de door de propaganda-afdeling gekozen thema's bij een beeldcultuur die reeds herkenbaar was voor de Nederlandse bevolking. Hoe sloten deze gebruikte beelden aan bij de beeldtraditie van de Nederlandse gemeenschap en wat was de strategie van Winterhulp achter het gebruik van deze beelden? Welke tekstuele en visuele verwijzingen naar de gemeenschap bevatten de Winterhulpposters? De posters zijn zowel onafhankelijk als in verhouding tot elkaar bestudeerd.

¹⁹ M.M.A. Altena, *Visuele strategieën: foto's en films van fabrieksarbeiders in Nederland (1890-1919)* (Amsterdam 2003) 27, 30-33.

²⁰ B. Witamwas, *Geklebte NS-Propaganda. Verführung und Manipulation durch das Plakat* (München 2016).

In de bestudering van de collecteposters is steeds aandacht voor de opdrachtgever Winterhulp en haar sturende doel achter de collecteposters. Propaganda is immers een vorm van communicatie om een reactie te bereiken die gewenst is door de partij die de propaganda maakt.²¹ Een vergelijking met tekstuele bronnen over de doelen van propaganda vormen hier een duidend element in. Bovendien zijn de beelden bestudeerd in relatie tot culturele, sociale en politieke context van de bezetting.

²¹ G. Jowett, V. O'Donnell, *Propaganda and persuasion, fourth edition* (Londen 2006) 1.

2. Visuele propaganda van Winterhulp Nederland.

De *hoofdafdeling Propaganda en Voorlichting* van de Winterhulp was gevestigd op het landelijke bureau van Stichting Winterhulp Nederland in Den Haag. Vanaf 1941 werd Winterhulp geïntegreerd in de *Nederlandse Volksdienst* (NVD). De Nederlandse Volksdienst overkoepelde de Winterhulp en andere organisaties om vanuit een nationaalsocialistische basis maatschappelijke en sociale hulpverlening te omvatten. Winterhulp maakte wel haar eigen propaganda.²² De invloed van de afdeling op de propaganda was groot. Vanuit Den Haag werd de propaganda voor de winterhulpcollectes vormgegeven, gecoördineerd en gecontroleerd richting de plaatselijke bureaus, waar de burgemeesters functioneerden als de plaatselijke directeurs van Winterhulp. De verzorging van affiches, radio en film lag bij de hoofdafdeling. Plaatselijke bureaus mochten zelf geen affiches of biljetten ontwerpen en uitgeven. Provinciale propaganda-afdelingen hielden toezicht op de propaganda op lokaal niveau. Eventuele plannen voor plaatselijke propaganda moest altijd eerst ter controle doorgegeven worden aan de hoofd- of provinciale afdeling.²³ In dit stuk komen de doelstelling van de propaganda en de verspreiding en de vormgeving van de posters aan bod. Welke visuele propagandastrategieën paste Winterhulp toe in haar posters en is hier een trend zichtbaar? Hoe onderscheidt deze vormgeving zich ten opzichte van de posters van de Duitse Winterhulporganisatie?

2.1 Doelstelling van de propaganda van Winterhulp.

De hoofdafdeling voor propaganda vaardigde in 1940 richtlijnen uit voor de propaganda. Het doel van de propaganda was: *'het geheele Nederlandsche volk doordringen met de gedachte, dat het behulpzaam zijn van landgenooten, die door de omstandigheden in nood zijn geraakt, geen liefdadigheid mag zijn, maar plicht van het volk tegenover de getroffenen.'*²⁴ Het wezen van de propaganda van Winterhulp moest zijn dat niet de Winterhulp als instelling hulp bracht, maar dat iedere Nederlander zich verantwoordelijk voelde voor de toestand waarin zijn naaste zich bevond en dienovereenkomstig moest handelen. Winterhulp was slechts een orgaan waarin de volkswil om te helpen tot uitdrukking kwam. De propaganda die gemaakt werd moest hierbij aansluiten en moest waardig en niet zonder inhoud zijn.²⁵

²² Romijn, *Burgemeesters in oorlogstijd*, 210, 213; Wassenaar, *Het optreden van Winterhulp*, 16.

²³ Instituut voor oorlogs-, holocaust- en genocidestudies (NIOD), Amsterdam, 179. Nederlandse Volksdienst/ Winterhulp Nederland 1940-1945, 4. Hoofdafdeling voorlichting, 119. Circulaires van de Hoofdafdeling Voorlichting betreffende propaganda, vormingscursussen en -bijeenkomsten, het werven van leden en winterhulpcollectes, 7 november 1940 - 1 september 1944, Richtlijnen propaganda no 1, 27 november 1940.

²⁴ NIOD, 179.4.119. Richtlijnen propaganda no 1, 29 november 1940.

²⁵ Ibidem.

Deze propagandadoelstelling sloot aan bij het karakter van de werkzaamheden dat Winterhulp Nederland nastreefde. In haar richtlijnen voor de uitvoering van het winterhulpwerk in Nederland schreef Winterhulp dat dit karakter werd bepaald door de slagzin *‘voor het volk, door het volk’*. Een uitleg volgde: *De vreugde om te offeren en de inzet van alle krachten van de gevers en medewerkers dienen te worden vereenigd tot een groot werk, waarin de gedachte der Volksgemeenschap haar zuiversten uitdrukkingsvorm zal vinden. De behoeftige wordt in de zorg van W.H.N. opgenomen, omdat hij een medelid is van de volksgemeenschap, waaruit de verplichting tot een gemeenschappelijk offer en tot een gemeenschappelijke daad ontstaat.*²⁶

Deze doelstellingen sloten aan bij het Duitse voorbeeld voor Stichting Winterhulp Nederland. De in 1933 opgerichte stichting *Winterhilfswerk des Deutschen Volkes* (WHW) was ook niet puur bedoeld als noodhulporganisatie maar diende ook als een zelfrepresentatie van de nieuwe Nationaalsocialistische Staat. Propagandaminister Joseph Goebbels kreeg de leiding over het winterhulpwerk. Het diende als een leringapparaat voor de Duitse bevolking. In de Duitse propaganda werd de nadruk gelegd op vrijwilligheid om offeruitgaves te doen. De propaganda-acties dienden ter versterking van de solidariteit van de volksgemeenschap. In Duitsland was het nuttigen van een eintopf-maaltijd hier een uitgesproken voorbeeld van. De Duitse bevolking moest de normale gang van zaken onderbreken en een gezamenlijke eenpansmaaltijd eten. Het geld dat hierdoor bespaard werd moest aan Winterhulp worden geofferd om de behoevende volksgenoten te helpen.²⁷

De Duitse Winterhulp was ontstaan vanuit de partijbeweging.²⁸ De Nederlandse Winterhulp moest nog tot het volk doordringen. In een oriënterende scholingsbijeenkomst in juni 1941 werd aan vrijwillige medewerkers van Winterhulp Nederland uitgelegd dat het gemeenschapsgevoel in het Germaanse volksleven zeer sterk ontwikkeld was maar dat dit gemeenschapsidee in de loop van de tijd verloren was gegaan. Het winterhulpwerk was een van de manieren om het samenhorighheidsgevoel in de huidige samenleving te kweken. Het ging Winterhulp niet alleen om het inzamelen van het offer maar vooral om het doen ervan.²⁹

2.2 Verspreiding en controle.

Winterhulp Nederland organiseerde tijdens haar bestaan verschillende collectes om geld in te zamelen voor de hulpbehoevende Nederlander in wintertijd. De straat- en lijstcollectes vonden iedere maand plaats en werden gepromoot via affiches. De eerste collecte werd gehouden op 29 en

²⁶ *Richtlijnen voor de uitvoering van het winterhulpwerk in Nederland, van den directeur-generaal voor de Winterhulp Nederland* (1940) 21.

²⁷ Witamwas, *Geklepte NS-Propaganda*, 154, 156.

²⁸ Wassenaar, *Het optreden van Winterhulp*, 6.

²⁹ NIOD, 179.4.119. Rapport van de scholingsbijeenkomst te Korteheemmen, 21 en 22 juni 1941.

30 november in 1940 en de laatste van 4 tot 6 maart in 1944. De propaganda-afdeling koppelde aan iedere straatcollecte een thema waar bijpassende speldjes bij verkocht werden wanneer een bijdrage hoger dan 20 cent werd gegeven. In de *Richtlijnen voor de uitvoering van het winterhulpwerk Nederland* werd vermeld dat deze speldjes een zichtbaar teken waren van de bereidheid van het volk om te offeren voor de winterhulp.³⁰ Door middel van deze speldjes konden mensen dus zien wie wel en niet gaf voor winterhulp. De speldjes fungeerden dus als propaganda die aan mensen werd vastgemaakt. Ook dienden de speldjes als verzamelobject voor de bevolking. De collectes werden gepromoot door middel van affiches die ontworpen werden door de propaganda-afdeling. De affiches van Winterhulp stonden niet los van de propaganda van de bezetter. De posters moesten namelijk goedgekeurd worden, omdat al het drukwerk tijdens de bezetting onder controle van het *Département van volksvoorlichting en kunsten* (DVK) stond. Het DVK was door de bezetter in 1940 ingevoerd om een centraal propagandabeleid te voeren. Op het overgrote deel van de collecteposters van Winterhulp werd aan de onderkant in het Duits of Nederlands vermeld dat het affiche was goedgekeurd. In het begin werd dit gedaan door het Rijkscommissariaat. Vanaf 1 mei 1942 was het DVK hier verantwoordelijk voor.³¹

De verspreiding van de propagandaposters van de collectes stond onder sterke controle. De coördinatie van de verspreiding verliep vanuit de hoofdafdeling richting de plaatselijke burgemeesters die als plaatselijk leider functioneerden. Aan het eerste rondschrĳven op 7 november 1940 aan de burgemeesters werd een werkschema voor de propaganda door middel van affiches toegevoegd. Burgemeesters kregen de opdracht om grote en kleine affiches te plaatsen op alle openbare gebouwen, in alle reclameruimten, op alle middenstands- en zakenbedrijven en bij particulieren in de gemeente. Dit moest gebeuren op een goed zichtbare plaats aan zowel de buitenzijde als de binnenkant van gebouwen waar veel publiek kwam.³² In het vijfde rondschrĳven werd als aanvulling op deze instructie gezegd dat met name de grote affiches buiten het handbereik van het publiek moesten worden geplaatst zodat ze niet konden worden afgescheurd en zo beter tot hun recht zouden komen.³³ In zaken als cafés, restaurants, hotels en winkels moesten de diensten die de affiches ophingen toezicht houden of de affiches en raambiljetten werden opgehangen, '*daar het waarschijnlijk is, dat men de affiches in het geheel niet plaatst en ze zoek raken of vernietigd worden.*'³⁴ Hiervoor werd in een later rondschrĳven voor de eerste collecteactie gezegd dat het wenselijk was om dit te laten doen door de plaatselijke politie, omdat het gezag van een

³⁰ *Richtlijnen voor de uitvoering van het winterhulpwerk in Nederland, van den directeur-generaal voor de Winterhulp Nederland* (1940) 45.

³¹ Kok, Somers, *V=Victorie*, 13, 18; Smit, Webbink, *De propagandaoorlog*, 25.

³² NIOD, 179.4.119. Rondschrĳven no. 1, betreft propaganda door middel van affiches, 7 november 1940.

³³ NIOD, 179.4.119. Rondschrĳven no. 5, 19 november 1940.

³⁴ NIOD, 179.4.119. Rondschrĳven no. 1, betreft propaganda door middel van affiches, 7 november 1940.

politiebeambte in uniform groter was dan dat van een gemeentemedewerker.³⁵ Tot slot noemde de afdeling het van groot belang dat de periodieke affiches in het hele land op dezelfde dag geplaatst moesten worden. Alle landgenoten tot wie ze de affiches wilden richten moesten gedwongen worden om hun aandacht op de affiches te vestigen. Er moest een verrassingseffect bewerkstelligd worden waarin plotseling en gelijktijdig een groot aantal affiches verspreid werd. Zo kon succes niet uitblijven. Na een collecte was het de bedoeling dat oude affiches weer werden weggehaald, alleen affiches van algemene aard mochten blijven hangen.³⁶ De correspondentie toont aan hoe gecontroleerd de verspreiding van de posters verliep. De propaganda werd tot in alle hoeken van de samenleving verspreid. Bovendien toont het aan dat dit proces via de lokale overheidsbesturen werd gecoördineerd. Dit stond in tegenstelling tot vooroorlogse particuliere initiatieven of per zuil geregelde vormen van liefdadigheid.³⁷

De collecteaффiches van Winterhulp hadden afhankelijk van de collecte een hangtijd van één tot twee weken. Affiches werden verspreid door plaatselijke bureaus in de gemeentes en bedrijven als de Nederlandse Spoorwegen en reclamebureau Remaco. In 1940 telde Nederland rond de duizend gemeentes waarover de affiches verdeeld werden. De oplages van de winterhulpaffiches zijn niet precies per uitgave bekend. Op 18 december 1940 werd in een rondschriften aan de burgemeesters vermeld dat de oplage van de affiches de laatste twee keren 100.000 exemplaren was, maar dat het in de toekomst gehalveerd zou worden. Er werd vermeld dat de vraag naar affiches bij de gemeentes groter was dan de oplage van de posters.³⁸ Dit aantal liep in de loop van de oorlogsjaren terug. De kans is groot dat dit door de toegenomen papierschaarste kwam. In 1943 en 1944 werden er bij verschillende collectes nog slechts 12750 posters verspreid door het land.³⁹

2.3 Visuele propagandastrategieën: kleur, beeldmotieven en typografie.

De afdeling propaganda hield zich ook bezig met het ontwerp van de posters. De winterhulpposters werden niet ontworpen door één vaste kunstenaar maar door meerdere makers die niet allemaal meer bekend zijn. Uit de inleiding van dit stuk bleek dat visuele propagandaposters door de bezetter ontworpen werden om meteen op te vallen bij de kijker en ervoor te zorgen dat een boodschap niet onopgemerkt bleef. Dit moet ook de inzet geweest zijn van de Winterhulpaffiches. Net als andere affiches van de Nazi's in Duitsland en de bezetter in Nederland waren de posters van groot formaat

³⁵ NIOD, 179.4.119. Rondschriften no 3, betreft afficheverspreiding, 19 november 1940.

³⁶ NIOD, 179.4.119. Rondschriften no. 1, betreft propaganda door middel van affiches, 7 november 1940.

³⁷ Koolen, 'Het nationaalsocialisme en de maatschappelijke zorg', 51, 52.

³⁸ NIOD, 179.4.119. Rondschriften no. 7, 18 december 1940.

³⁹ NIOD, 179.4. 133 Weekrapporten van de Hoofdafdeling Voorlichting, februari 1943 - 29 augustus 1944, Weekrapport van de hoofdafdeling voorlichting 18-23 oktober 1943; NIOD, 179.4. 133. Weekrapport van de hoofdafdeling voorlichting 3-8 januari 1944; NIOD, 179.4. 133. Weekrapport van de hoofdafdeling voorlichting 13-19 februari 1944.

(±50 bij 60 centimeter), bevatten ze een korte boodschap en hadden ze over het algemeen uitgesproken kleuren. De winterhulpposters bestonden over het algemeen uit een visueel beeld met in sommige gevallen een korte tekst of een boodschap. Vaak stond één thema of beeldmotief centraal op de poster afgebeeld.

De opbouw van de winterhulpaffiches bestond steeds uit een kleurrijk beeld. Het kleurgebruik varieert per poster en het is dus niet één kleurencombinatie die in alle posters werd toegepast. Toch zijn hier wel patronen in te ontdekken. Zo is de driekleur van de Nederlandse vlag een terugkerend kleurenpatroon. Deze werd bijvoorbeeld als achtergrond of in een object, zoals een lint of een vlag op de poster gebruikt. Niet op elke poster met die drie kleuren lijkt het overigens een verwijzing naar de Nederlandse driekleur. (zie afbeeldingen 1, 2, 3 en 4) Opvallend is dat in combinatie met die driekleur de kleur oranje niet voorkomt. Waarschijnlijk zou dit niet goedgekeurd zijn omdat de bezetter associaties met het koningshuis wilde voorkomen.⁴⁰ Een ander voorbeeld van een terugkerende kleur in de posters is het rood van de collectebus. Deze kleur kan geassocieerd worden met het rood als kleur van de nationaalsocialistische revolutie. Goebbels stelde in richtlijnen voor propaganda-affiches vast dat deze kleur in de affiches van de NSDAP moest overheersen.⁴¹ Ook de Duitse Winterhulpbussen hadden een rode kleur. Het is aannemelijk dat deze rode kleur bewust gekozen is.

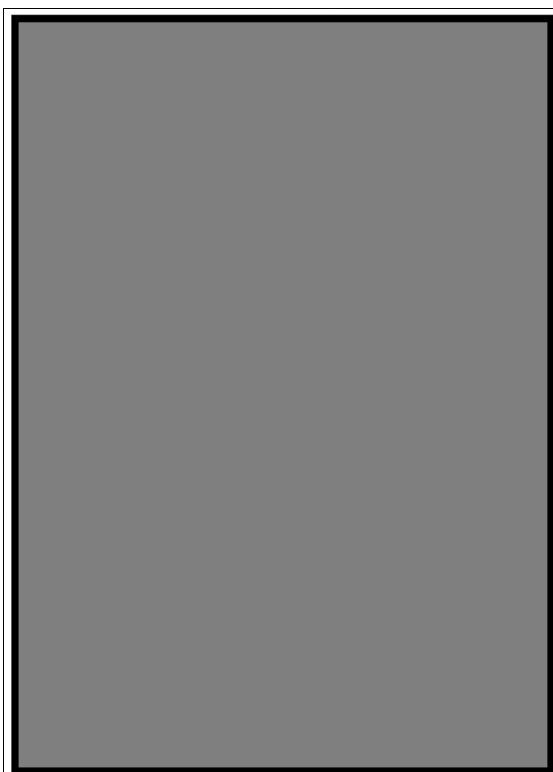
Een veel toegepaste beeldstrategie in propagandaposters is de herhaling van bepaalde beeldmotieven die zo herkenbaar worden voor de toeschouwer. In *Mein Kampf* benadrukte Hitler het belang van voortdurende herhaling van vaste thema's. De vergeetachtigheid van de massa was volgens hem groot en het bevattingvermogen beperkt. Iedere propaganda moest om doeltreffend te zijn beperkt worden tot een aantal punten. Deze punten moesten gebruikt worden tot iedereen er de betekenis aan hechtte die de maker wenste.⁴² Deze tactiek gold voor meerdere soorten propaganda, maar werd ook in beeldpropaganda toegepast. In de propaganda in Nazi-Duitsland werden terugkerende beeldmotieven gebruikt zoals de Duitse adelaar, het hakenkruis als partijlogo, de Duitse groet en de beeltenis van de Führer. Ook gebruikten ze terugkerende motieven van op ras gebaseerde mensbeelden, zoals ideaaltypen van de raszuivere volksgemeenschap. Het vijandbeeld in de vorm van een stereotypering van socialisten, communisten en joden was ook zo'n terugkerend beeldmotief.⁴³

⁴⁰ Kok, Somers, *V=Victorie*, 14.

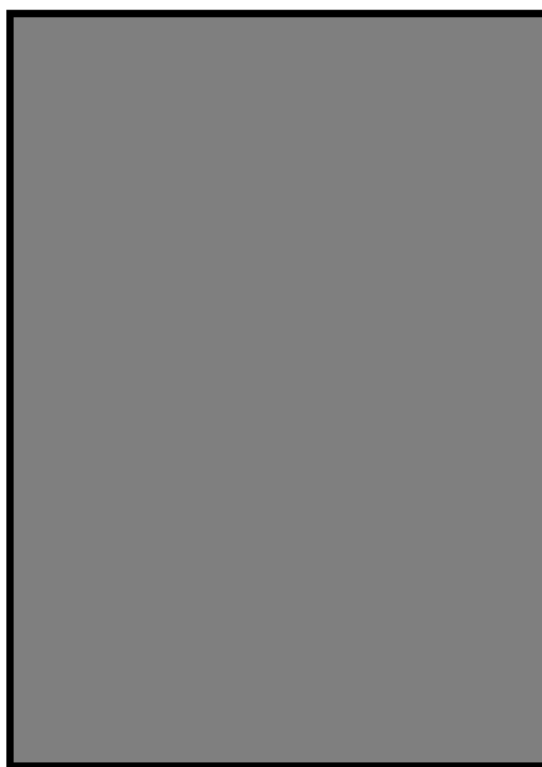
⁴¹ Somers, Kok, 'De zeggingskracht van het affiche', 25.

⁴² Ibidem, 28.

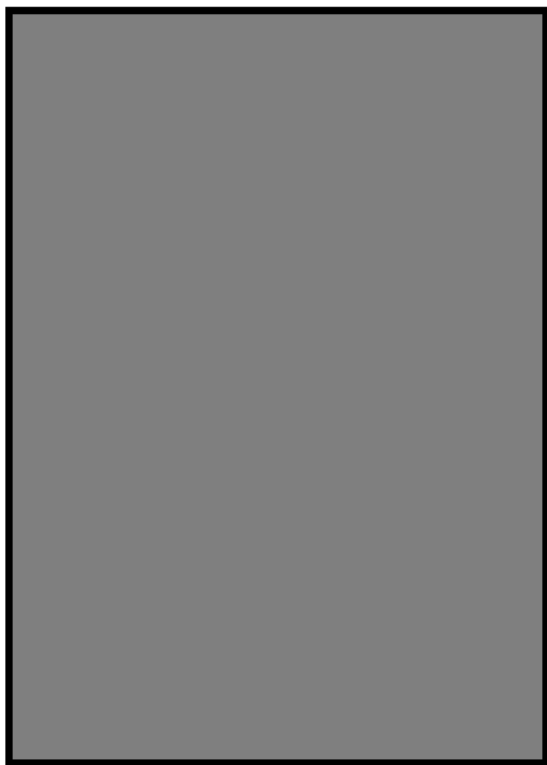
⁴³ Witamwas, *Geklebte NS-Propaganda*, 195, 196, 197; C. Zuschlag, 'Nationalsozialismus', in: U. Fleckner, M. Warnke, H. Ziegler (red.), *Handbuch der politischen Ikonographie* dl 2 (München 2011) 174-181.



1. 'Winterhulp Nederland, voor het volk door het volk, geen gunst maar eereplicht.' 1940



2. 'Winterhulp Nederland brengt zonneschijn', 14 en 15 februari 1941.



3. '2-3 mei bloemencollecte', 2 en 3 mei 1941.



4. 'Vele kleintjes ... helpen ons volk', 27 tot 29 maart 1943.

Een terugkerend beeldmotief op de winterhulpcollecteposters was de rode collectebus. Op meer dan de helft van de posters staat de rode bus afgebeeld. De rode kleur zorgde ervoor dat het object op de poster extra in het oog sprong. In 1940 werden vanuit het landelijk bureau voor Winterhulp tienduizenden rode collectebussen over de gemeentes verspreid. Ook op straat moet de rode kleur van de bus bij de bevolking opgevallen zijn. Op de meeste posters stond de bus centraal in het midden als het voornaamste object op de poster waar de aandacht op gevestigd diende te worden. De collectebus zorgde op de posters voor de verbinding van de beelden op de posters met de Winterhulp. De bevolking kon zo niet meer op de associatie van de rode collectebus met Winterhulp heen.

Een ander terugkerend motief op bijna alle posters is het driebladerige klaverblad. Dit klaverblad was gekozen als logo van Winterhulp Nederland om er de samenhang van de volksgemeenschap mee te symboliseren.⁴⁴ De collectebussen waren versierd met dit logo. Het klaverblad op de poster kreeg verschillende invullingen: als logo bij de naam van Winterhulp Nederland, op de afgebeelde bussen, maar ook als object of symbool voor de Winterhulp. Collectanten droegen dit speldje om meer bekendheid te geven aan het winterhulpsymbool en de samenhangsgedachte te verbeelden.⁴⁵

Een derde beeldmotief is de verbeelding van de thema's van Winterhulp. Zoals benoemd koppelde Winterhulp Nederland thema's aan haar collectes. De visuele verbeelding op de posters sloot hierover het algemeen bij aan. Thema's als molens, klederdrachten, kerst en schepen werden door middel van een afbeelding verbeeld. In het volgende hoofdstuk wordt nader ingegaan op de betekenis van deze beelden. In de propagandaposters van Winterhulp zien we de beeldmotieven uit de Duitse propaganda niet terug. Een enkel personage dat op de Winterhulpposter verschijnt is hier niet bedoeld als een weerspiegeling van de ideale mens. Symboliek van het hakenkruis, de nazigroet of een beeltenis van de adelaar is niet van toepassing en er wordt geen vijandbeeld neergezet.

Net als andere propagandaposters bestaan de Winterhulpposters over het algemeen uit visuele beelden en een korte tekst. De vorm van de letters was een belangrijk onderdeel in visuele propagandaposters. Typografie speelde in de visuele verschijning van de nationaalsocialisten in Duitsland een grote rol. Varianten op, wat in Nederland het Gotische schrift genoemd wordt, was in de propagandaposters een terugkerend beeldmotief. Het veelvuldige gebruik ervan door de nationaalsocialisten heeft ervoor gezorgd dat de Gotische letters zijn gestigmatiseerd en nog steeds met Nazi-Duitsland geassocieerd worden. In Nazi-propaganda was echter niet van een vast concept van typografie te spreken. Toen het rijk van Hitler groeide bleek de bevolking het Gotische schrift

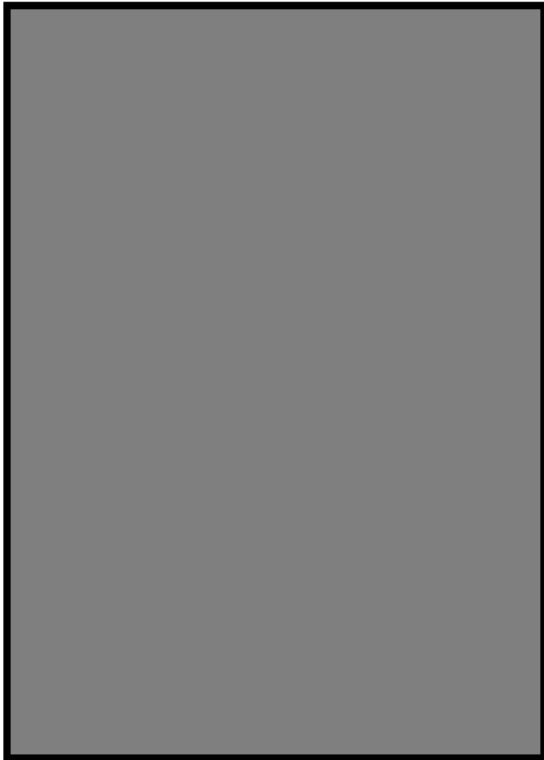
⁴⁴ Romijn, *Burgemeesters in oorlogstijd*, 209.

⁴⁵ NIOD, 179. Nederlandse Volksdienst/ Winterhulp Nederland 1940-1945, 3. Hoofdafdeling Organisatie, 99. Circulaires van de Hoofdafdeling Organisatie betreffende winterhulpcollectes, inzamelacties en loterijen, Rondschriften 037, betreft W.H.N.-insigne, 31 oktober 1941.

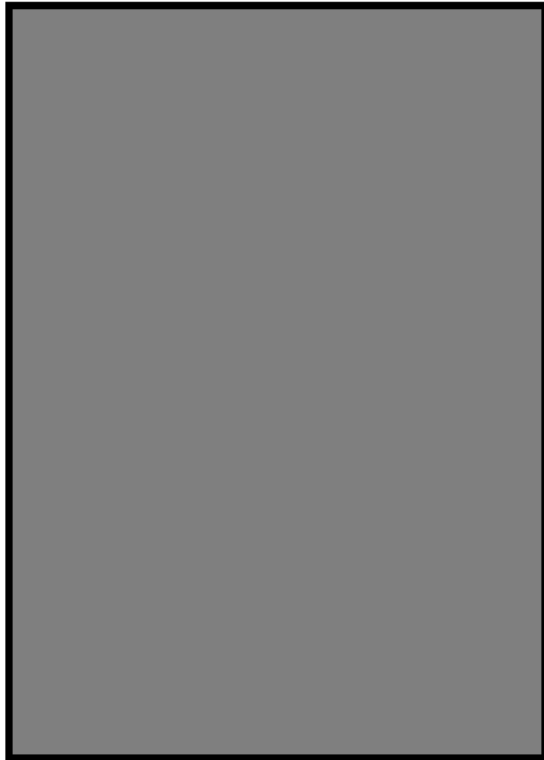
niet te kennen en werd het lettertype voor de leesbaarheid aangepast.⁴⁶ Op de winterhulpposters werd niet één vast lettertype gebruikt dat associaties oproep met de organisatie. De letters zijn op bijna alle posters strak van stijl, opvallend en verre van Gotisch. Alle posters maakten via tekst duidelijk dat het om aankondigingen voor collectes ging. Logischerwijs staan de data van de collectes dan ook op iedere poster duidelijk in beeld. Ook was het voor de kijker altijd duidelijk dat het om Stichting Winterhulp Nederland ging. Op iedere poster stond in opvallende letters de naam van de organisatie.

Wanneer een analyse gemaakt wordt van een trend in de visuele propagandastrategie van Winterhulp, is een conclusie dat er een bijna constante stijl is gehanteerd met terugkerende elementen. Er is sprake van in het oog springende felle kleuren, herhaling van beeldmotieven en het steeds opnieuw koppelen van thema's aan de collectecampagnes. Taferelen die op de poster afgebeeld zijn geven over het algemeen een positieve sfeer weer, een sfeer van optimisme. Ook lijkt de in 1942 toenemende invloed van de NSB, met de aanstelling van NSB'er Frederik van Vloten als landelijk leider, weinig invloed gehad te hebben op de visuele propagandastrategie van Winterhulp Nederland. Drie posters van de winterhulpcollectes vallen bij deze beeldanalyse wel uit de toom. (zie afbeeldingen 5, 6 en 7) Deze posters waren niet gekoppeld aan een thema. Op de drie posters zien we geen visueel beeld, maar een compositie van woorden. In tegenstelling tot de andere posters kunnen de letters lichte associaties oproepen met het Gotische lettertype. Ook het kleurgebruik is minder kleurrijk: de kleuren: zwart, rood, bruin en wit overheersen de poster in plaats van de felle kleuren op de andere winterhulpposters. Op deze uitzonderingen na blijft er een constante trend in de vormgeving van de posters zichtbaar.

⁴⁶ A. Koop, *NSCI : das visuelle Erscheinungsbild der Nationalsozialisten 1920-1945* (Mainz 2012) 77, 88, 89, 92, 95.



5. 'Niet een aalmoes maar een offer doorbreekt den nood', 15 tot 20 april 1942.



6. 'Offer voor uw volk', 1 oktober- 1 november 1943.



7. 'Wij worden rijker naarmate wij meer aan anderen geven', 6 tot 8 november 1943.

2.4 Vergelijking met Duitse Winterhulfe-posters.

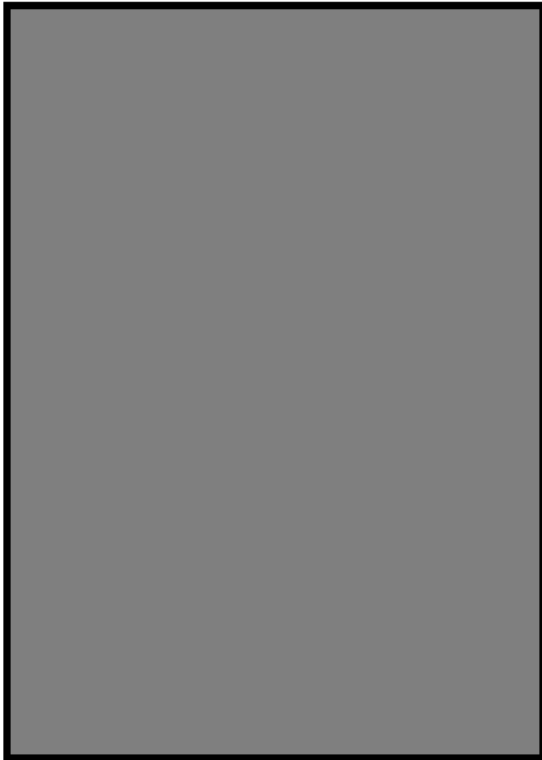
De vormgeving van de winterhulpposters is onderscheidend wanneer deze tegen de Duitse winterhulfeplakaten wordt afgezet. Ten eerste verschilt het kleurgebruik van de Duitse winterhulfe-posters met de Nederlandse posters. De Duitse posters hebben een minder gevarieerd en minder fel kleuren-pallet dan de Nederlandse winterhulpposters. De Nederlandse posters verwijzen soms op de voorgrond of achtergrond naar Nederland met de driekleur. Op de Duitse posters is de verwijzing naar de partij juist zeer overtuigend. De nationaalsocialistische kleuren van de partij, rood, zwart en wit worden in bijna alle winterhulfe-posters gebruikt. Op de Duitse posters wordt de Winterhulp wat betreft kleurgebruik dus teruggekoppeld aan de nationaalsocialistische partij en ideologie. Ook de typografie van de Duitse posters vóór 1940 maken een duidelijke koppeling naar het nationaalsocialisme, waar de Gotische letters op de posters sprekend voor zijn.⁴⁷

Ook wat betreft de terugkerende beeldmotieven verschillen de winterhulpposters uit Duitsland en Nederland. Waar beeldmotieven als de weerspiegeling van de ideale mens, het hakenkruis of een beeltenis van de adelaar volledig afwezig waren op de Nederlandse posters, worden die in de Duitse winterhulfe-posters volop gebruikt. Hoewel de posters op afbeeldingen 8, 9 en 10 ook binnen de Duitse posters opvallende vormgeving hebben qua geometrische vormen is het wel interessant om ze mee te nemen in deze analyse. Het beeld van de uitgestrekte hand van de fier weergegeven Duitse man met de munten is nadrukkelijk vormgegeven en trekt de aandacht. Het rood van het hakenkruisvaandel op de achtergrond springt er tussen de andere gereduceerde kleuren in de achtergrond uit. Het offerthema wordt in de posters in een concrete samenhang gebracht met het vaandel en zo met het nationaalsocialisme. Ook op de derde poster wordt de koppeling naar de partij via de adelaar en het kleurgebruik duidelijk gemaakt. Het hakenkruis is op vele posters op de voor – of achtergrond te zien of op de rode winterhulfebus verwerkt. Ook de adelaar is op de winterhulfe-posters een terugkerend beeldmotief. De koppeling naar de partij wordt dus volop gemaakt. Daarnaast is het ideale mensbeeld een terugkerend thema in de Duitse winterhulfe-posters. De Duitse man wordt op de posters als fier en krachtig verbeeld. Een overeenkomst tussen de Nederlandse en de Duitse posters is de weergave van de rode collectebus. Op de Nederlandse posters wordt deze centraler gesteld dan op de meeste Duitse winterhulfe-posters.⁴⁸

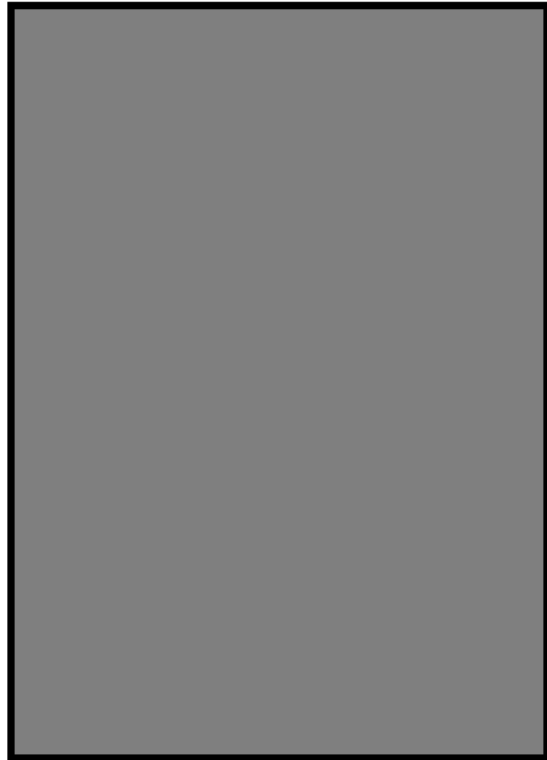
Daarnaast zijn er in de thema's op de posters grote verschillen. Een groot verschil is de verwijzing naar de oorlog. In de Nederlandse winterhulpposters komen geen verwijzingen naar de oorlogstijd of de strijd aan het front voor. De Duitse winterhulppropaganda van na 1940 staat juist vaker in het teken van oorlog en de strijders aan het front. Zo werden er posters uitgegeven waar

⁴⁷ Zie bijvoorbeeld afbeeldingen 14, 15, 16 en 17.

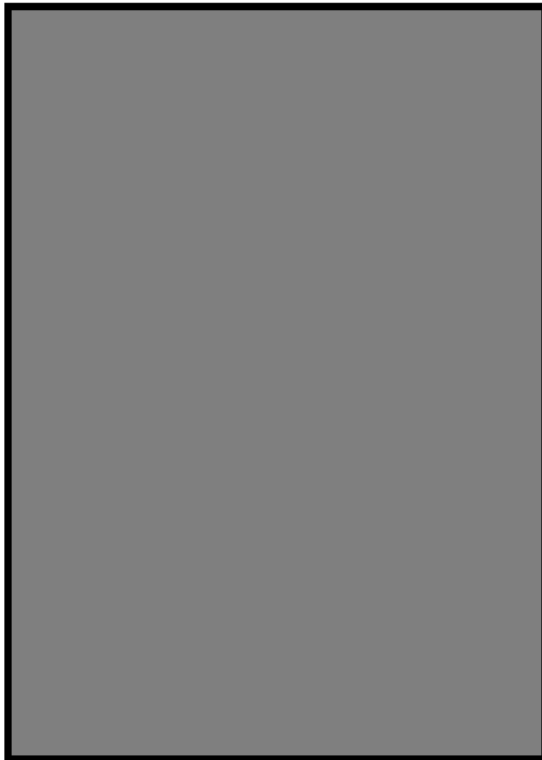
⁴⁸ Witamwas, *Geklebte NS-Propaganda*, 147, 165.



8. 'Opfert zum Kampf gegen Hunger und Kälte',
1933-1934.



9. 'Nicht spenden opfern', 1933-1945.



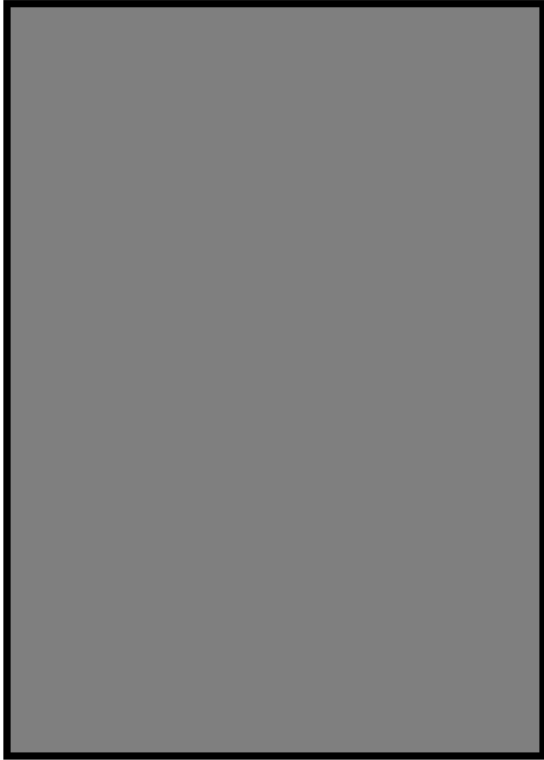
10. 'Bei jedem Einkauf 1 Pfund – opfern',
1935-1936.

gevraagd werd om een offer voor het Kriegswinterhilfswerk ten goede van de soldaten aan het front. (zie afbeeldingen 11, 12 en 13) Op de achtergrond van afbeelding 11 en 12 zien we twee fiere soldaten die heroïsch worden neergezet met een wapen in de aanslag. Op de voorgrond wordt er gegeven voor winterhulp. Door de vormgeving van de poster worden de twee handelingen aan elkaar gekoppeld.⁴⁹ Een ander thema dat verschilt is de koppeling naar andere nationaalsocialistische organisaties. (zie afbeeldingen 14, 15, 16 en 17) Zo zien we een ideaaltypische weergave van een meisje van de Bund Deutscher Mädel dat haar bereidwilligheid toont om geld in te zamelen voor winterhulp. Ook de Hitler-Jugend en de mannen van het Deutschen Arbeitsfront werden betrokken bij de inzameling van geld.⁵⁰

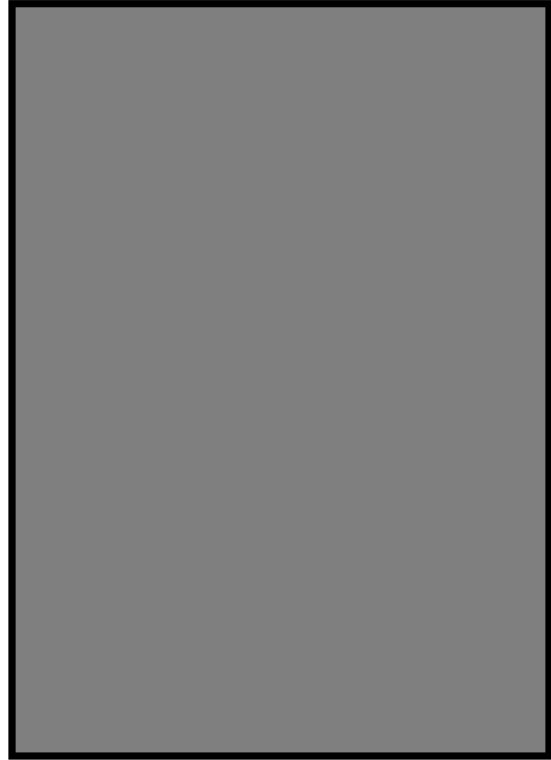
Hoewel de Duitse organisatie een voorbeeld was voor Winterhulp Nederland blijkt uit een vergelijkende analyse dat de visuele affiches verschillend vormgegeven waren. Het creëren van een gevoel voor de volksgemeenschap en het offeren daarvoor was echter een overeenkomend doel van de organisaties. Dit doel werd zeer verschillend vormgegeven. Het meer kleurrijke uiterlijk, het gebrek aan verwijzingen naar de oorlog en het weglaten van nationaalsocialistische beeldmotieven onderscheiden de Nederlandse posters van de Duitse posters. De Duitse winterhulppropaganda koppelt sterk naar de partij en het nationaalsocialisme in haar vormgeving en thema's en maakt in haar visuele beelden een sterke koppeling naar het nationaalsocialisme. In de Nederlandse posters lijkt deze koppeling vergeleken met de Duitse posters eerder afwezig. De Nazisymboliek wordt achterwege gelaten, maar het nationaalsocialistische vertoog van de volksgemeenschap is nog steeds aanwezig. In het volgende hoofdstuk komt aan bod hoe de koppeling naar de Nederlandse volksgemeenschap in de posters visueel werd vormgegeven met andere elementen en hoe de kijker hierbij aangesproken werd.

⁴⁹ Ibidem, 156.

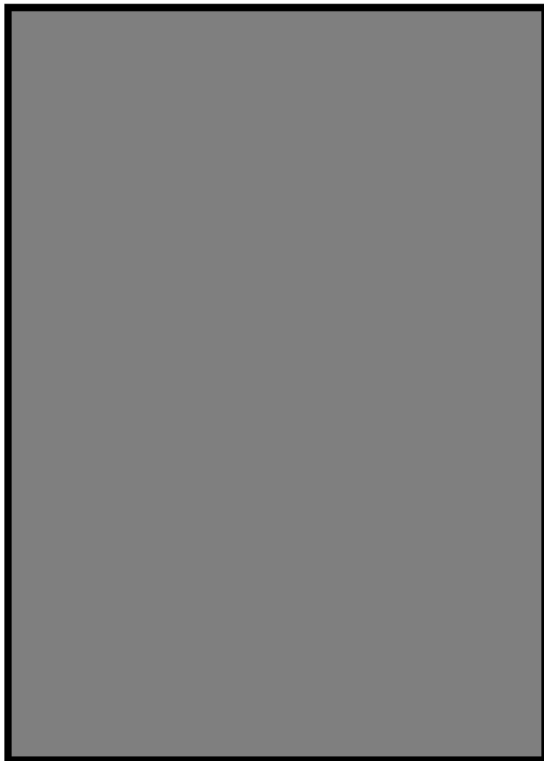
⁵⁰ Ibidem, 155.



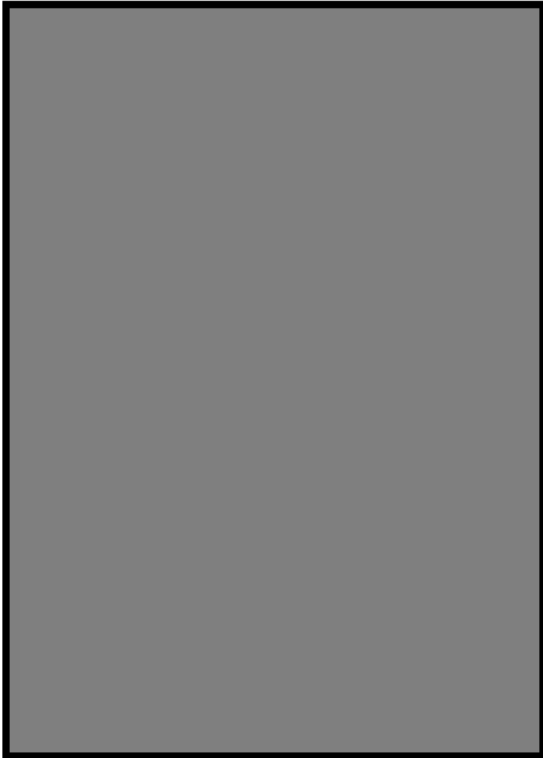
11. 'Für jeden Frontsoldaten ein Abzeichen mehr!',
1939/1945.)



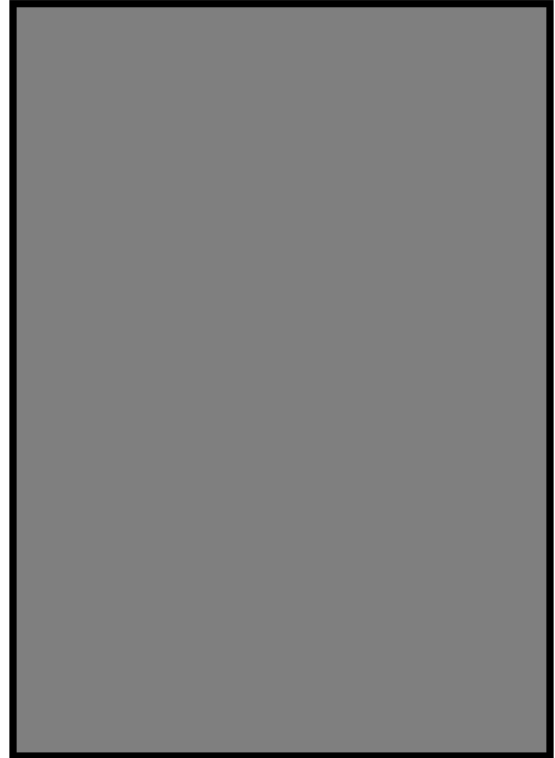
12. 'Der Frontsoldat sieht auf Dein Opfer!',
februari 1940.



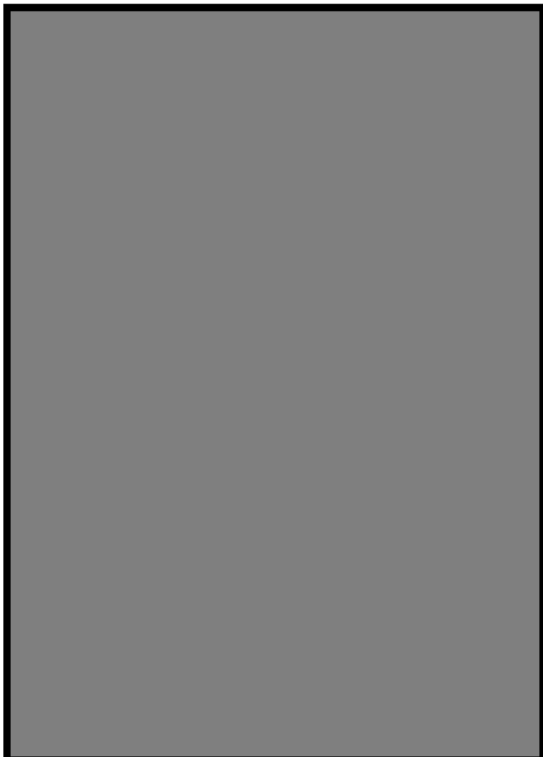
13. 'Und dein Opfer für's WHW? Vielleicht wird Dir
einer begegnen, der viel mehr für Deutschland
geopfert hat', februari 1942.



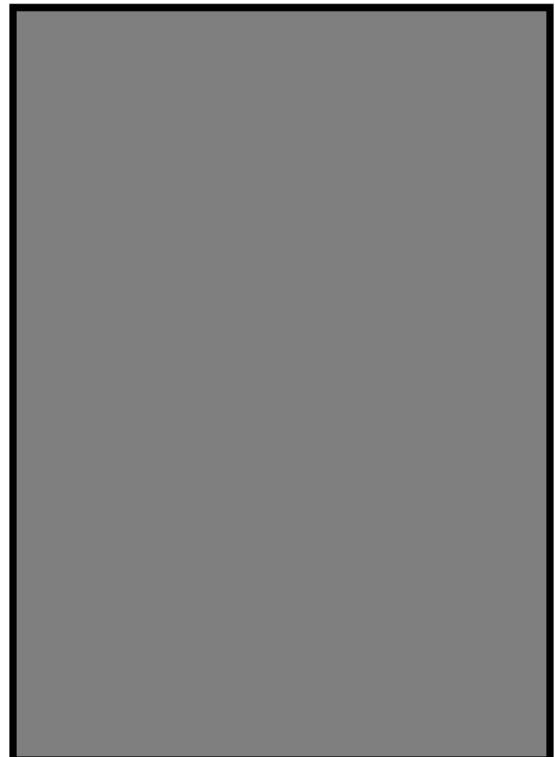
14. 'BDM im Dienste des Winter-Hilfswerk des deutschen Volkes', oktober 1934.



15. 'Wir helfen mit im Kampf gegen Hunger und Kälte', 1934.



16. 'Schaffende sammeln und geben 17.-18. Oktober Sammelstage der Deutschen Arbeitsfront', oktober 1936.



17. 'Schaffende sammeln / Schaffende geben, 16./17. Okt. Sammelstage der Deutschen Arbeitsfront', oktober 1937.

3. De kijker en het narratief.

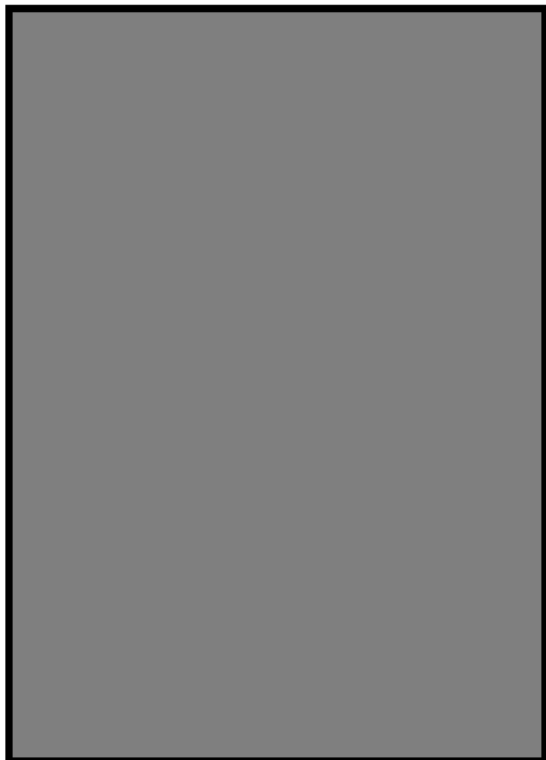
In het vorige hoofdstuk bleek hoe fijnmazig en gecontroleerd de propaganda van Winterhulp was. Door middel van een visuele propagandastrategie van terugkerende beeldmotieven, kleuren en lettertypen probeerde de bezetter via Winterhulp de Nederlandse bevolking te winnen voor de nationaalsocialistische ideologie. Welke vertoog droeg Winterhulp in de posters uit om haar publiek te verleiden? Hoe werd de kijker aangesproken en welke narratieven werden hierbij gehanteerd of juist achterwege gelaten? In dit stuk wordt de hypothese onderbouwd dat de narratieven en beelden gebruikt werden om aansluiting te zoeken bij de Nederlandse bevolking en een ideologische samenhang aan te spreken. Het koppelen van voor de Nederlandse bevolking herkenbare beelden aan de winterhulpcollectes was een terugkerende strategie in de collecteposters. Via 'het geven' voor Winterhulp werd men onderdeel van een gemeenschap.

3.1 Het aanspreken van de kijker.

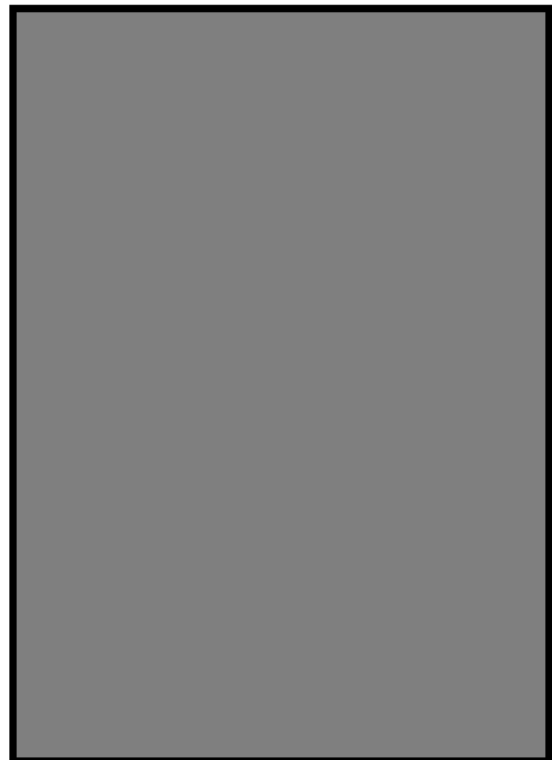
Vanzelfsprekend richtten de collecteposters van Winterhulp Nederland zich op de kijker die voor de poster stond. Deze kijker werd zowel via tekst als beelden aangesproken. De manier van het aanspreken van de kijker verschilde per poster en paste bij het verhaal dat de poster aan de kijker vertelde. Op de ene poster was het betrekken van de kijker heel aanwezig terwijl op de andere poster de kijker slechts indirect betrokken werd. Op de winterhulpposters zijn dan ook verschillende aanspreekvormen gebruikt. Een aanspreekvorm van de kijker was het geven van een opdracht in de vorm van de gebiedende wijs. Het derde seizoen van de winterhulpcollectes startte bijvoorbeeld met een poster die voor twee-derde gevuld was met 'GEEF'. (zie afbeelding 18) Op het formaat 53 bij 39 cm van de poster moet dit opvallend zijn geweest voor de voorbijganger van de poster. Tegen een donkerblauwe achtergrond springen grote witte letters eruit. Het beeldmotief van de collectebus en het daaraan vastgemaakte kaartje maakten duidelijk dat het om de winterhulpcollecte ging. Op de poster 'Halt, Winterhulp Nederland' werd de kijker letterlijk tot stilstaan geroepen. (zie afbeelding 19).

Een veelgebruikte aanspreekvorm waarmee Winterhulp zich rechtstreeks tot de kijker richtte was 'Uw' of 'Uwer'. Er werd regelmatig een beroep gedaan op een 'U'. Het doel was om de kijker zich persoonlijk aangesproken te laten voelen en direct te betrekken bij het vertoog van de poster. Een theorie die hierbij van toepassing is is interpellatie. Volgens de Franse filosoof Louis Althusser werkte ideologie door middel van interpellatie. Hij stelt dat ideologie zo functioneert dat het individuen transformeert in subjecten op het specifieke moment van aanspreken. Althusser geeft het voorbeeld van een politieagent die op straat een individu aanroept met 'hé, jij daar.' Op het moment van het

omdraaien van het individu wordt hij een subject, omdat hij precies op dat moment erkent dat het aanspreken hem betreft. Het subject wordt medeplichtig aan de ideologie door zich te laten aanspreken.⁵¹ In het geval van de Winterhulp posters ontstond dit specifieke subject door het aanspreken op de poster in tekst of beeld. Het aanspreken en het aangesproken voelen door de kijker maakt de kijker een specifiek subject van het vertoog. Hierdoor werd de kijker onderdeel gemaakt van het vertoog of het gedachtegoed dat de poster uit wilde dragen en maakte hij zichzelf actief onderdeel door zich te laten aanspreken. Winterhulp hanteerde hier verschillende (visuele) narratieven voor en liet bepaalde narratieven achterwege.



18. 'Geef', 17 tot 19 oktober 1942.



19. 'Halt', 23 en 24 januari 1942.

⁵¹ L. Althusser, L., 'Ideology and ideological state apparatuses (notes towards an investigation)', in: *Lenin and Philosophy and Other Essays*, Monthly Review Press (New York 1971) 174, 175.

3.2 Het narratief van de hulpbehoevenden en de hulp van Winterhulp.

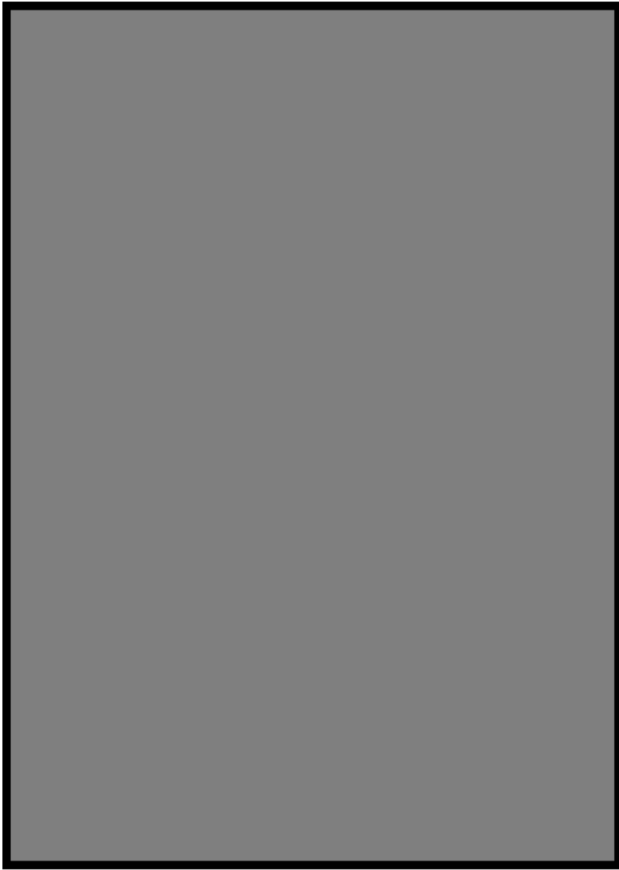
Winterhulp zamelde geld in voor behoeftigen. Liefdadigheid vanuit een humanitair perspectief ontwikkelde zich in de negentiende eeuw. Het sociale verantwoordelijkheidsgevoel voor mensen die hulpbehoevend waren werd gestimuleerd door humanitaire narratieven die mensen de mogelijkheid gaven om zich te verplaatsen in het fysieke leed van vreemden. Deze narratieven zorgden ervoor dat mensen het gevoel kregen verantwoordelijk te zijn om zich in te zetten voor anderen. Het werd mensen via dit humanitaire narratief mogelijk gemaakt om zich te vereenzelvigen met het leed van onbekenden en een morele druk te voelen om iets voor hen te doen. In dit perspectief gingen beelden van onder andere lichamelijk leed een steeds grotere rol spelen.⁵²

Dit bekende narratief voor het vragen om behulpzaamheid is in de collecteposters van Winterhulp afwezig. Degene waarvoor gegeven moet worden en hun situatie komen amper op de posters van Winterhulp voor. Een enkele keer wordt er naar hen verwezen in de tekst. De eerste straatcollecteposter noemt slechts landgenoten waar 'licht' voor gebracht wordt. De aankondiging van de lijstencollecte "Winterhulp Nederland klopt ook aan uw deur voor behoeftige landgenooten" noemt de hulpbehoevenden. De poster 'Niet een aalmoes maar een offer doorbreekt den nood' noemt de nood van de behoeftigen en spreekt de kijker aan op zijn medeverantwoordelijkheid tegenover zijn behoeftige landgenoten. Een andere poster verwijst naar 'veler zorgen'. Een vijfde poster 'Draagt elkanders last lijk 't volksgenooten past' verwijst naar het delen van de lasten.⁵³ De tekstuele verwijzingen naar de hulpbehoevenden of de situatie waarin zij verkeren gebeurt slechts zijdelings en vormt zeker niet het hoofdthema van de betreffende posters.

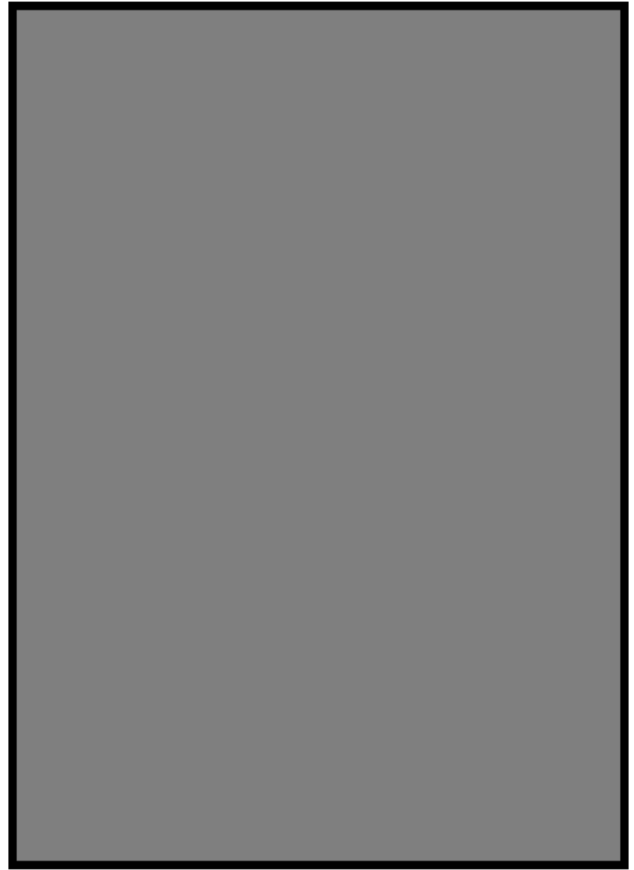
Ook in de visuele beelden van de posters vormen de hulpbehoevenden slechts twee keer het hoofdonderwerp. Het gaat hier niet om een zielig beeld van hulpbehoevende mensen om medeleven te creëren bij de kijker waardoor hij of zij zou gaan geven voor Winterhulp. Het narratief is eerder de goede hulp die Winterhulp aan hen verzorgt. De twee posters zijn beiden in het eerste seizoen in januari en februari van 1941 uitgebracht. (zie afbeeldingen 20 en 21) Op de eerste poster waarop de hulpbehoevende is afgebeeld zien we tegen een fel blauwe achtergrond een kind aan tafel zitten met een leeg soepbord voor zich en een lepel in zijn vuist, in de aanslag om te eten. Van links komen twee vrouwenhanden in beeld die een soepschotel dragen waar een warme damp vanaf komt. Het

⁵² B. Waaldijk, 'Een kijkje in de plaggenhut, visualisering van bevoogdend burgerschap', in: M. Grever, F. Dieteren (red.), *Een vaderland voor vrouwen, a fatherland for women, the 1898 'Nationale tentoonstelling van vrouwenarbeid' in retrospect* (Amsterdam 2000) 108, 114.

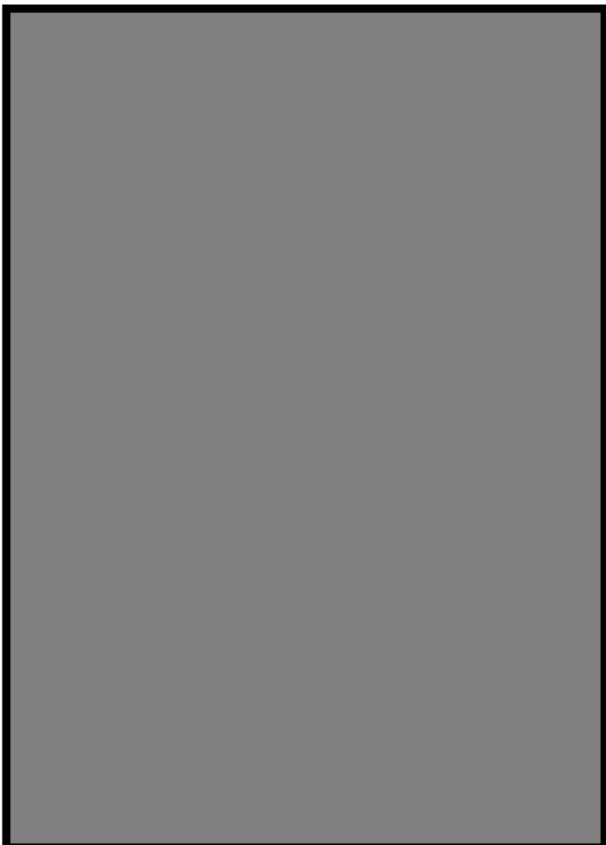
⁵³ Winterhulp Nederland, *Winterhulp Nederland brengt licht in 't leven uwer landgenooten. Voor het volk, door het volk*, (29 en 30 november 1940); Winterhulp Nederland, *Winterhulp Nederland klopt ook aan uw deur voor behoeftige landgenooten* (17 tot 23 maart 1941); Winterhulp Nederland, *Niet een aalmoes maar een offer doorbreekt den nood* (15 tot 20 april 1942); Winterhulp Nederland, *Op iedere jas een vlinder maakt veler zorgen minder* (2-4 oktober 1943); Winterhulp Nederland, *Draagt elkanders last lijk 't volksgenooten past* (5-7 februari 1944). Zie achtereenvolgens afbeeldingen 22, 30, 26, 45 en 29.



20. '31 jan. en 1 febr. Lijstencollecte', 31 januari en 1 februari 1941.



21. 'Winterhulp Nederland brengt zonneschijn', 14 en 15 februari 1941.



22. 'Winterhulp Nederland brengt licht in 't leven uwer landgenooten. Voor het volk, door het volk', 29 en 30 november 1940.

jongetje en zijn kat kijken verlangend naar de schotel met eten die op tafel neergezet gaat worden. De tafel waarop het eten geserveerd wordt is het vlak waar ook Winterhulp Nederland en haar logo op te zien zijn. De poster gaf waarschijnlijk een verwijzing naar de eenspansmaaltijden die Winterhulp vanaf het voorjaar van 1941 verzorgde, gebaseerd op de eintopf-maaltijden die het Duitse Winterhilfswerk organiseerde.⁵⁴ Het geheel op de poster ziet er niet zielig of armzalig uit. De jongen is goed verzorgd, niet uitgemergeld van de honger, heeft een gezond rood blosje en zit keurig recht. Wellicht is deze verschijning van de jongen te danken aan de Winterhulp, de maaltijd krijgt hij in ieder geval wel dankzij Winterhulp. De tweede poster 'Winterhulp Nederland brengt zonneschijn' geeft ook twee hulpbehoevenden weer. Opnieuw is er geen sprake van een zielig maar juist een positief tafereel. Op de voorgrond zien we twee figuren: een vrouw en een kleine jongen. Ze lopen van het logo van Winterhulp af, waar de zonnestralen achter vandaan komen. De houding van de jongen geeft een vrolijke pas weer en de lichte kleuren en het metafoor van het brengen van zonneschijn zorgen voor de verbeelding van een positief tafereel. De vrouwelijke figuur, wellicht de moeder van de jongen, heeft een aantal pakketten vast. Aangezien ze van het logo aflopen zullen ze die pakketten aan Winterhulp te danken hebben. De vrouw draagt flink wat pakketten, haar arm is vol, haar tas zit vol en ook de jongen draagt een pakket.

Beide posters die de hulpbehoevenden tonen vertellen niet een verhaal over hun situatie. Het is niet aan de mensen te zien dat ze arm waren of hulp nodig hadden. De poster maakte dit element van armoede niet zichtbaar voor de kijker die moest geven. Het humanitaire narratief was dus niet aanwezig. De posters focusten eerder op het goede werk dat Winterhulp leverde, namelijk het geven van voedsel en materiële goederen. Een passend metafoor voor deze retoriek was het brengen van het licht. Dit metafoor zien we in de poster waar Winterhulp zonneschijn bracht in het leven van hulpbehoevenden en hen hulp gaf om de winter door te komen. Ook op de poster van de eerste straatcollecte is dit toegepast. Deze poster 'Winterhulp Nederland brengt licht in 't leven uwer landgenooten, voor het volk, door het volk' uit 1940 gebruikte de metafoor van het brengen van licht in zowel tekst als beeld. (zie afbeelding 22) Tegen een duistere achtergrond die geassocieerd kan worden met de duisternis in de wintertijd of de moeilijke omstandigheden waarin hulpbehoevenden zich bevonden lichtte in het midden een molentje op. De poster hoorde bij de collecte waar speldjes van molentjes gespaard konden worden, die met fosfor werden behandeld zodat ze in het donker oplichtten. Winterhulp bracht licht in het leven van de landgenoten van de kijker. Wanneer de onderste zin op zichzelf bekeken wordt, 'brengt licht in 't leven uwer landgenooten', kan ook gelezen worden dat de kijker de opdracht kreeg om goeds te brengen. In beiden gevallen is er sprake van een narratief van optimisme rond winterhulp.

⁵⁴ Romijn, *Burgemeesters in oorlogstijd*, 209.

In de inleiding is besproken dat Winterhulp in de literatuur beschreven werd als een verleidingstruc van de bezetter, gericht op de aanvaarding van het nieuwe regime als menslievend. De propaganda-acties van Winterhulp moesten het glorieuze karakter van de nieuwe liefdadigheidsbeleving onderstrepen.⁵⁵ Deze retoriek was echter geen narratief op de winterhulpcollecteposters. Slechts op drie posters uit het eerste seizoen is het positieve werk van Winterhulp een uitdrukkelijk narratief. De twee posters waar de hulpbehoevenden op verbeeld zijn visualiseren het vertoog van het goede werk van Winterhulp Nederland en de metafoor van het licht. De hulpbehoevenden zijn bovendien slechts twee keer kort achter elkaar verbeeld en worden een enkele keer in tekstuele vorm genoemd. De retoriek van hulpbehoevenden die op een positieve wijze geholpen worden en het daardoor aanprijzen van Winterhulp is dus niet het uitdrukkelijke vertoog van de collecteposters. Het algemene en terugkerende narratief van de collecteposters focuste meer op de kijker als gever voor Winterhulp tijdens de collectes dan op de mensen die de hulp nodig hadden.

3.3 De kijker en het narratief van het geven.

Een narratief dat als een rode draad terugkeert op de posters is dat van 'het geven' voor Winterhulp. Het narratief van het geven in de Winterhulpposters kreeg op verschillende manieren vorm en invulling. Het kon letterlijk om het geven voor winterhulp gaan, maar regelmatig zat er een diepere boodschap achter het narratief. Het ging regelmatig om het aanspreken van de kijker op zijn gedrag en verantwoordelijkheid. Wanneer de poster het narratief hanteerde van het geven kon die suggestie zowel in tekst als beeld verbeeld worden. De wijzende vinger van de agent op de poster 'Halt' naar de collectebus zei de kijker bijvoorbeeld dat ze daar geld in moesten stoppen. (zie afbeelding 18) De blik van de agent is op de kijker gericht en ook de bus wordt in de richting van de kijker gehouden. Op meerdere posters is de collectebus bovendien in de richting van de kijker gericht alsof de collectant de bus schuin aanreikte zodat de kijker, die op die manier de rol van de gever toegedicht kreeg, er geld in kon doen.⁵⁶ De gevende partij is op geen enkele poster afgebeeld. Die wordt slechts betrokken bij het narratief door haar via de posters direct of indirect aan te spreken.

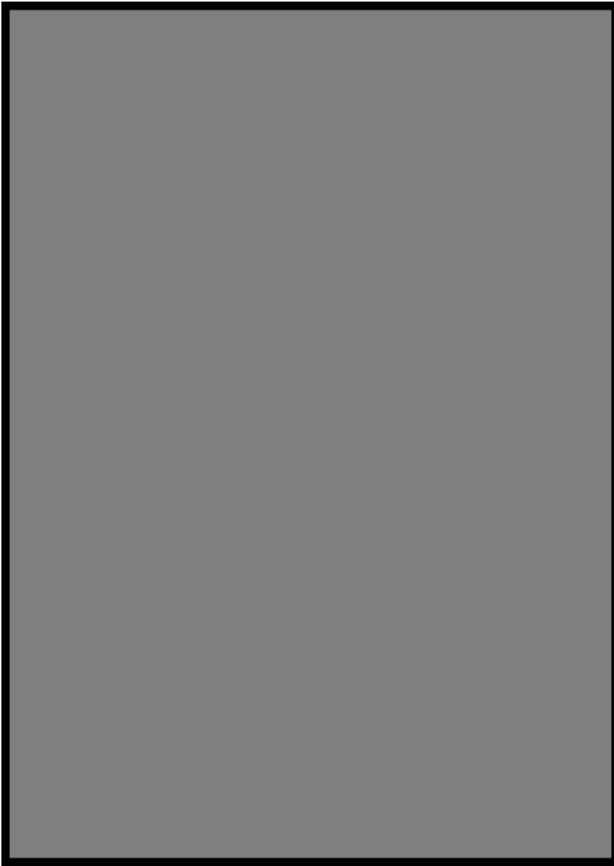
⁵⁵ Koolen, 'Het nationaalsocialisme en de maatschappelijke zorg', 47, 64, 65; Romijn, *Burgemeesters in oorlogstijd*, 209.

⁵⁶ Winterhulp Nederland, *Winterhulp Nederland, voor het volk door het volk, geen gunst maar eereplicht* (1940); Winterhulp Nederland, *17-18 oct. Straatcollecte* (17 en 18 oktober 1941); Winterhulp Nederland, *Kleederdrachten serie* (21 -23 november 1942); Winterhulp Nederland, *Vele kleintjes ... helpen ons volk* (27 tot 29 maart 1943); Winterhulp Nederland, *Op iedere jas een vlinder maakt veler zorgen minder* (2-4 oktober 1943). Zie achtereenvolgens afbeeldingen 23, 40, 36, 4 en 45.

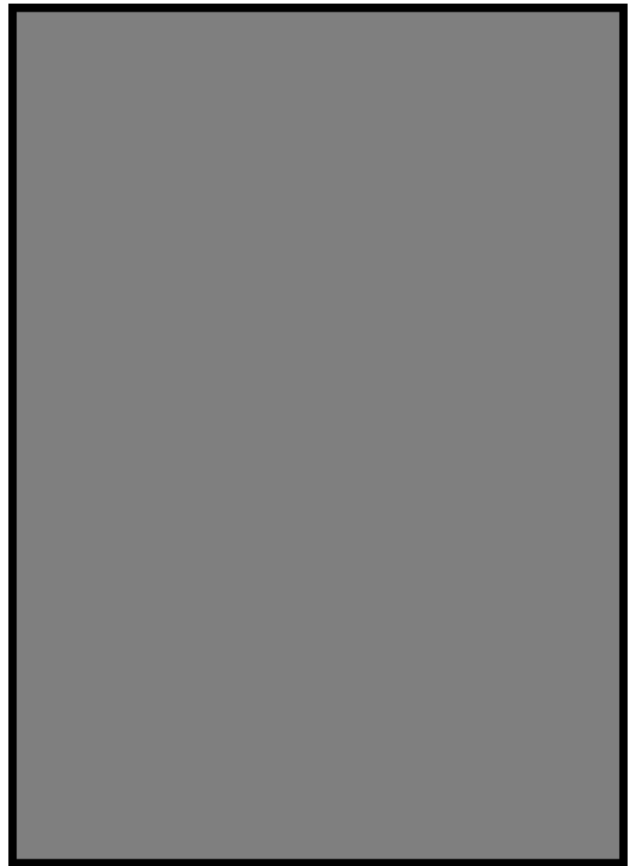
De collectant is daarentegen vier keer waarneembaar. Hij klopt aan op de deur van de kijker of houdt de collectebus in de hand om geld in te zamelen tijdens een straatcollecte.⁵⁷

Het doel van de propaganda om het Nederlandse volk te doordringen van de gedachte dat het geven voor behoeftigen geen liefdadigheid maar een plicht was, werd in de propagandaposters aan de kijker overgedragen. Op een van de eerste posters van Winterhulp wordt bijvoorbeeld gesproken over ereplicht. Deze poster was niet aan een specifieke collecte gekoppeld maar promootte de collectes van Winterhulp in het algemeen. Op de poster zien we het winterhulp logo in de vorm van een lichtgroene klaver met de afkorting WHN erin op de achtergrond. Op de voorgrond zien we de rode bus van de Winterhulpcollectes die richting de kijker is gericht. In aanvulling op de slogan 'voor het volk door het volk' staat onderaan de poster 'geen gunst maar eereplicht.' (zie afbeelding 23) De poster attendeerde de kijker er dus op dat het geven aan Winterhulp een kwestie van een plicht was en niet van een gunst. Bovendien ging het om ereplicht. De boodschap leek dat je alleen eervol kon zijn als je gaf voor Winterhulp. Na deze algemene poster werd de term 'plicht' pas in het derde seizoen weer letterlijk gebruikt in een winterhulpposter. Deze poster kondigde de collecte op 23 en 24 december 1942 aan. (zie afbeelding 24) Zowel in de tekst 'Het kwik daalt, dus uw plicht stijgt' als in het beeld wordt een duidelijke koppeling gemaakt tussen de wintertijd waarin Winterhulp geld inzamelde en de plicht van de kijker die daarmee te maken had. De achtergrond vormt een verwijzing naar de winter die verbeeld werd door een winters tafereel van een donkere wintertijd met sneeuwvlokjes die naar beneden vallen. De thermometer waar de temperatuur onder nul is gedaald verbeeldde het dalende kwik aan de kijker. Het dalende kwik betekende dat de plicht van de kijker steeg. In het beeld kan dat verband gelegd worden door de overeenkomstige felle rode kleur van de thermometer en het beeldmotief van de rode collectebus. Beide elementen sprongen er door hun felle rode kleur extra uit voor de kijker. De tekst op de poster vertelde de kijker dat zijn plicht stijgt nu het dalende kwik zijn intrede deed. Hij wordt hier rechtstreeks aangesproken met 'uw plicht' die 'dus' stijgt. De stijging van de plicht impliceerde dat die plicht er voor de kijker sowieso al was. De term plicht werd verder nog op één poster gebruikt. (zie afbeelding 25) Hier werd de plicht gekoppeld aan een verwachting van de volksgenoten van de kijker. "Uw volksgenooten verwachten dat gij uw plicht doet." Wederom is er sprake van het rechtstreeks wijzen van de kijker op 'uw plicht'. De verwachting van de volksgenoten schept voor de kijker een soort druk, een verwachting waaraan de kijker moet voldoen. Bovendien wordt de kijker dus zelf een volksgenoot. De rode bus op de poster maakt duidelijk dat het Winterhulp om het geven voor de collecte ging

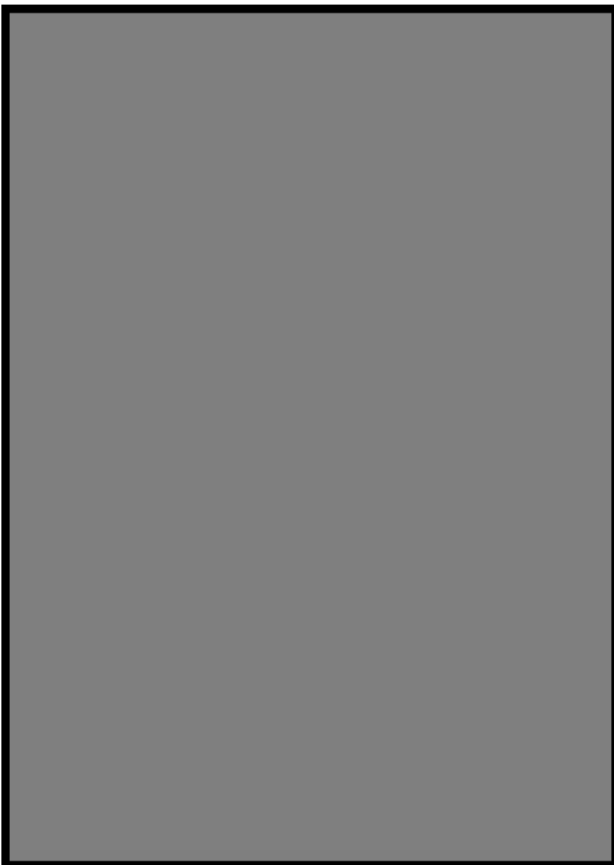
⁵⁷ 'Winterhulp Nederland klopt ook aan uw deur voor behoeftige landgenooten', 17 tot 23 maart 1941; 'Halt, straatcollecte', 23 en 24 januari 1942; 'Bloemencollecte', 20 en 21 maart 1942; 'Kleederdrachten serie', 21 tot 23 november 1942. Zie achtereenvolgens afbeeldingen 30, 19, 35 en 36.



23. 'Winterhulp Nederland, voor het volk door het volk, geen gunst maar eereplicht.' winterperiode 1940.



24. 'Het kwik daalt, dus uw plicht stijgt', 23 en 24 december 1942.



25. 'Uw volksgenooten verwachten dat gij uw plicht doet', 5 tot 7 februari 1944.

Een ander begrip dat toegekend werd aan het narratief van het geven voor Winterhulp was het 'offeren' van de kijker. Deze term toonde een grote gelijkenis met de Duitse Winterhulpposters waar 'opfern' regelmatig werd gebruikt.⁵⁸ In de term offeren zit een dubbele lading. Offeren kan opgevat worden als het geven van een bezit maar in de term offeren zit ook het brengen van een offer. Dit begrip kan ook verwijzen naar de bereidheid van mensen om zich op te offeren voor het idee van natie.⁵⁹ In het gebruik van het begrip offeren op de winterhulpposters zit dus meer lading dan in het geven voor winterhulp. De term offeren wordt voor de eerste keer gebruikt aan het einde van het tweede winterhulpseizoen op de poster van de huislijstcollecte van 15 tot 20 april 1942. (zie afbeelding 26) 'Niet een aalmoes maar een offer doorbreekt den nood' was een deel van de tekst op de poster. In grote opvallende rode letters springt 'een offer' naar voren. Deze rode kleur komt ook terug in Winterhulp en haar logo, waardoor het offeren en de Winterhulp visueel met elkaar verbonden werden. Ook hier is dus weer het vertoog toegepast dat het niet ging om liefdadigheid en een aalmoes voor de hulpbehoevenden maar dat een offer noodzakelijk was om de nood van de hulpbehoevenden te doorbreken. Het offeren klinkt sterker dan geven voor Winterhulp. Op de poster "Vogels kent men aan hun veeren, offerzin bij 't collecteeren!", waarbij speldjes gespaard konden worden van vogels wordt de kijker aangesproken op zijn houding en gedrag. (zie afbeelding 27) Het spreekwoord 'men kent een vogel aan zijn veren' betekent dat men de mens kent aan zijn gedragingen. Deze zin wordt gevolgd door 'offerzin bij 't collecteeren'. De tekst impliceert dat niet geven voor winterhulp dus geen wenselijk gedrag is.

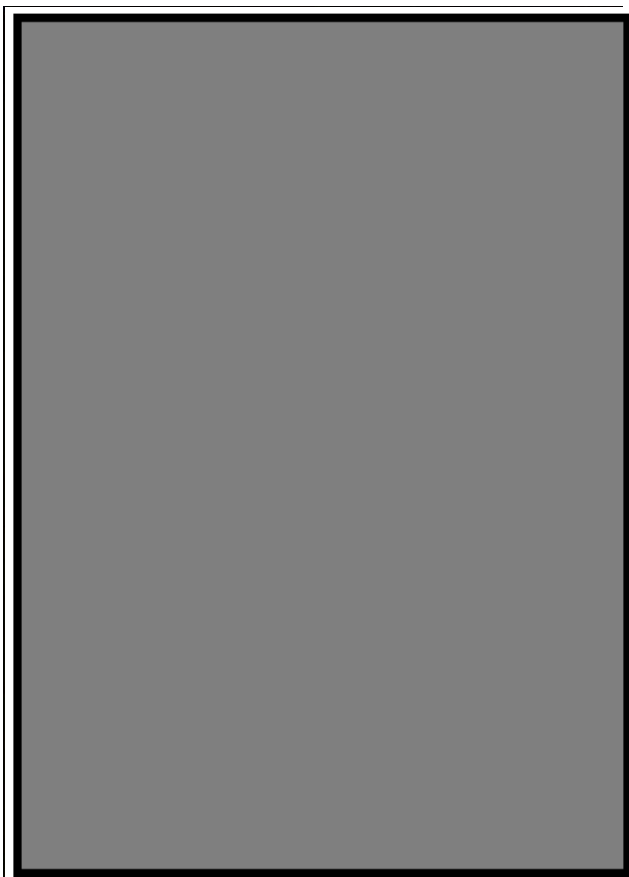
3.4 Het narratief van de gemeenschap.

3.4.1 De verwijzing naar de gemeenschap in tekst.

Een terugkerende strategie van Winterhulp was om het narratief van het geven voor Winterhulp te koppelen aan de gemeenschap. In de tekst van de posters werd regelmatig naar de Nederlandse gemeenschap verwezen. De terminologie veranderde in de loop van de seizoenen. Termen die gebruikt werden waren landgenoten, volk en volksgenoten. Hoewel de termen landgenoten en volk verwijzen naar een eenheid is er wel sprake van een verschil over de invulling van die eenheid. De term landgenoten is met name te definiëren vanuit een geografisch geheel met fysieke grenzen. De term volk kon echter ook een bredere invulling krijgen. Hierin schuilde het nationaalsocialistische ideaal van het Groot-Germaanse volk. Dit hield in dat er tussen het Duitse en Nederlandse volk een culturele en raciale verbinding was. De band steunde op een

⁵⁸ Zie bijvoorbeeld afbeeldingen 8, 9, 10, 12, 13 en 14.

⁵⁹ Zie: B. Anderson, *Imagined Communities, reflections on the origin and spread of nationalism* (Londen 1983, herdruk 2006) 141.



26. 'Niet een aalmoes maar een offer doorbreekt den nood', 15 tot 20 april 1942.



27. 'Vogels kent men aan hun veeren, offerzin bij 't collecteeren!', 20 tot 22 februari 1943.

gemeenschappelijke bevolkingsoorsprong. Vanuit de afstamming van de Germanen vormden ze één volk en in dit Groot-Germaanse beeld waren Nederlanders en Duitsers niet alleen burens maar één volk en één familie. Een strategie om dit verwantschap vanzelfsprekend te maken was het racialisieren ervan. Nederlanders en Duitsers vormden één uniek ras, het Noorse ras. In de loop van de jaren dertig ontstond in de nationaalsocialistische beweging in Nederland een volksnationalisme waarin de Duitse 'bloed-en-bodem' ideologie een podium in Nederland kreeg.⁶⁰ Of deze term in de Winterhulpposters in deze context werd gebruikt is niet direct te achterhalen, maar vanuit de nationaalsocialistische opdrachtgever wel aannemelijk. In het begin kondigde Winterhulp nog aan dat de hulp zonder aanzien van persoon, rang, stand of partij gegeven werd. Joden werden bijvoorbeeld in eerste instantie niet uitgesloten van het verkrijgen van hulp.⁶¹ Ook in de slogan van Winterhulp – 'voor het volk, door het volk' – die op de eerste poster staat zit het begrip van samenhang en samenwerking binnen een eenheid.

In het gebruik van de termen is verandering waarneembaar. De eerste Winterhulpposter met de molen uit 1940 bevatte de tekst 'Winterhulp Nederland brengt licht in 't leven uwer landgenooten, voor het volk, door het volk'. Op de poster worden de termen landgenoten en volk in de verwijzing naar de gemeenschap gebruikt. Ook de algemene collecteposter 'Winterhulp Nederland, voor het volk door het volk, geen gunst maar eereplicht' gebruikte de term volk. Beide posters hanteerden het echter alleen in de vorm van de slogan van Winterhulp Nederland. Daarbuiten werd in het eerste seizoen de term volk niet gebruikt. In het eerste seizoen gebruikten de twee posters die in de tekst verwezen naar de gemeenschap de term landgenoten.⁶² De term volk werd pas in het tweede seizoen in november 1941 gebruikt buiten de slogan om. 'Het bouwwerk van en voor ons volk' luidde de tekst op de poster.⁶³ De poster was de enige in het seizoen waar het woord volk werd gebruikt. In dit seizoen werd ook nog één keer de term landgenoten gebruikt.⁶⁴ Na deze poster werd de term landgenoten op de posters gezet. In het derde seizoen kwam 'volk' slechts één keer voor op de poster 'Veel kleintjes helpen ons volk'.⁶⁵ Vanaf het vierde seizoen zien we een toenemend gebruik van de term volk op de posters. Op de helft van de posters in dit seizoen werd volk of volksgenoten

⁶⁰ R. Ensel, *De Nederlander in beeld : Fotografie en nationalisme tussen 1920 en 1945* (Amsterdam 2014) 49, 50, 159.

⁶¹ Wassenaar, *Het optreden van Winterhulp*, 13; De Jong, *Het koninkrijk der Nederlanden, deel 6*, 492; Winterhulp Nederland, *Oproep aan het Nederlandsche volk* (1940), geraadpleegd via <https://beeldbankwo2.nl/nl/>, beeldnummer 106388.

⁶² Winterhulp Nederland, *Winterhulp Nederland brengt licht in 't leven uwer landgenooten. Voor het volk, door het volk*, (29 en 30 november 1940); 'Winterhulp Nederland klopt ook aan uw deur voor behoeftige landgenooten', 17 tot 23 maart 1941. Zie afbeeldingen 22 en 30.

⁶³ Winterhulp Nederland, *Het bouwwerk van en voor ons volk* (14 en 15 november 1941). Zie afbeelding 39.

⁶⁴ Winterhulp Nederland, *Niet een aalmoes maar een offer doorbreekt den nood* (15 tot 20 april 1942). Zie afbeelding 26.

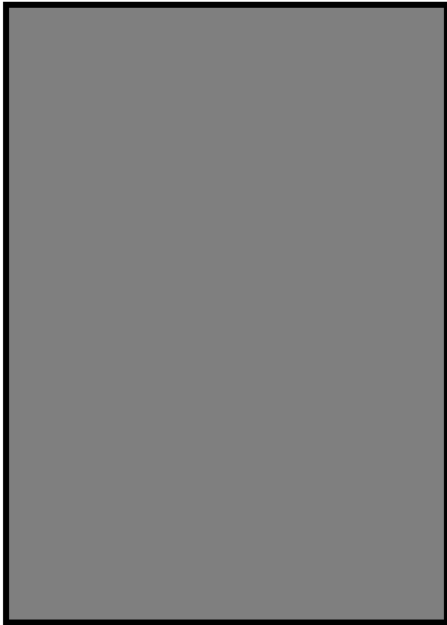
⁶⁵ Winterhulp Nederland, *Veel kleintjes ... helpen ons volk* (27 tot 29 maart 1943). Zie afbeelding 4.

gebruikt.⁶⁶ In de collecteposters is dus een verschuiving richting een meer ideologische terminologie waarneembaar. Dit past bij de ontwikkeling waarin de nadruk steeds meer op de volksgemeenschap kwam te liggen.

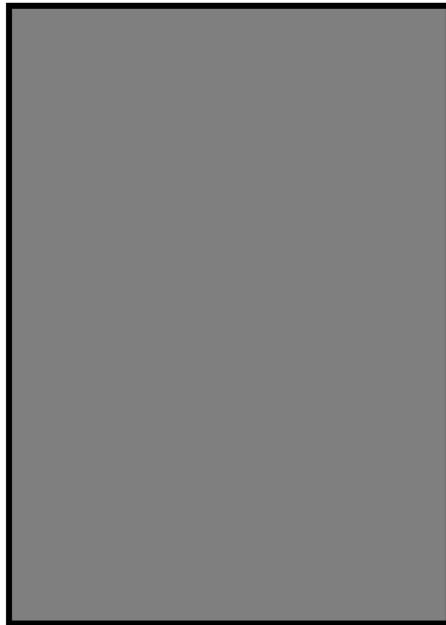
Regelmatig werd de kijker in de poster onderdeel van de gemeenschap gemaakt. Zo ging het bijvoorbeeld om 'uwer landgenoten', 'ons volk', 'uw volk' of 'uw volksgenoten'. Daarbij werd de kijker regelmatig aangesproken op zijn gedrag tegenover die gemeenschap. De bedoeling was om de kijker aan te spreken op zijn verantwoordelijkheid in die gemeenschap. Dit komt bijvoorbeeld terug in de termen plicht en offeren die als varianten functioneerden binnen het narratief van het geven. Ook in de slogan van Winterhulp 'voor het volk, door het volk' zit dit element van onderlinge solidariteit binnen een volk. Dezelfde strekking hadden de spreuken 'met elkander voor elkander' op de schepencollecteposter uit seizoen één en 'Draagt elkanders last lijk 't volksgenooten past' op een poster uit seizoen vier (zie afbeelding 28 en 29). Solidariteit was iets wat hoorde bij een gemeenschap. Dit ideaal paste in het gedachtegoed van het groepsbelang van het nationaalsocialisme. Op beide posters is de collectebus te zien die Winterhulp verbeeldde en zo aangaf dat solidariteit tot uiting kwam in het geven voor Winterhulp.

Daarnaast werd de kijker op zijn verantwoordelijkheid tegenover anderen binnen zijn gemeenschap aangesproken. 'Winterhulp Nederland klopt ook aan bij uw deur voor behoeftige landgenooten' toonde een tafereel waarbij er werd aangeklopt op de deur van de kijker door de collectant van Winterhulp. (zie afbeelding 30) Het beeld van de kromme vinger geeft het geheel een dwingend karakter: we komen bij iedereen langs en dus ook bij u. 'Uw' en 'behoefte landgenoten' wijken van de rest van de zin af in een witte kleur, waardoor ze verbonden worden en de nadruk dus extra op de kijker als onderdeel van de gemeenschap komt te liggen. De poster 'Niet een aalmoes maar een offer doorbreekt den nood' vertelde dat de kijker zijn medeverantwoordelijkheid tegenover zijn behoeftige landgenoten moest tonen en dit moest laten zien in de vorm van een offer. (zie afbeelding 31) De poster 'Uw volksgenooten verwachten dat gij uw plicht doet' maakt de kijker onderdeel van een volk en schept een verwachting aan de kijker vanuit die volksgenoten. (zie afbeelding 32) Het idee van de gemeenschap en de daarbij horende solidariteit was dus een terugkerende boodschap aan de bevolking. Dit kon de kijker uiten in het geven voor Winterhulp. Het narratief van het geven en het narratief van de gemeenschap waren dus sterk met elkaar verbonden in de posters.

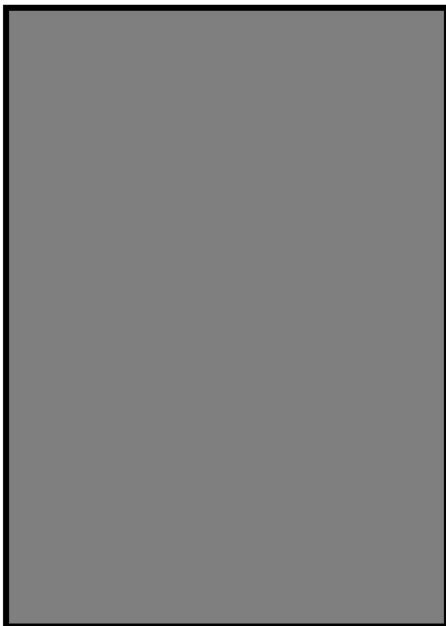
⁶⁶ Winterhulp Nederland, *Offer voor uw volk* (1 oktober- 1 november 1943); Winterhulp Nederland, *Uw volksgenooten verwachten dat gij uw plicht doet* (5-7 februari 1944); Winterhulp Nederland, *Draagt elkanders last lijk 't volksgenooten past* (5-7 februari 1944); Winterhulp Nederland, *'T gezamenlijk werk overwon de watermacht, 't gezamenlijk offer sterkt de volkskracht* (4 tot 6 maart 1944). Zie afbeeldingen 6, 25, 29, 41.



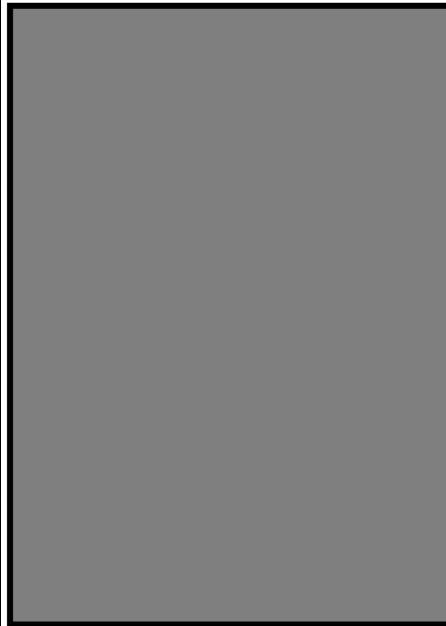
28. 'Met elkander – voor elkander',
28 februari en 1 maart 1941.



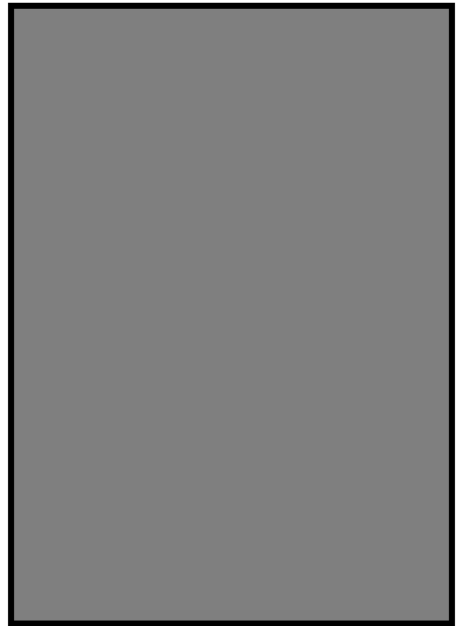
29. 'Draagt elkanders last lijk 't
volksgenooten past', 5-7 februari
1944.



30. 'Winterhulp Nederland klopt ook
aan uw deur voor behoeftige
landgenooten', 17 tot 23 maart
1941.



31. 'Niet een aalmoes maar een offer
doorbreekt den nood', 15 tot 20 april
1942.



32. 'Uw volksgenooten verwachten
dat gij uw plicht doet', 5-7 februari
1944.

3.4.2 Gangbare motieven in de verbeelding van Nederland.

Het idee van de gemeenschap was niet alleen in tekst maar ook in beeld waarneembaar. Wanneer alle collecteposters van Winterhulp Nederland en de daaraan gekoppelde thema's vergeleken worden valt meteen het gebruik van beelden van Nederland op die tot op heden passen in het visuele geheugen van Nederland, zoals de tulpen, molens en het water. Een overeenkomst tussen de verschillende thema's in de Winterhulpposters was het verwijzen naar de Nederlandse gemeenschap in beelden. Om de beelden die in de posters gebruikt worden te duiden moet eerst gekeken worden naar de wortels van deze visuele beelden in het geheugen van de bevolking tijdens de Tweede Wereldoorlog.

Cultuurhistoricus Remco Ensel onderzocht hoe de belichaming van de natie in fotografie tot uiting kwam in het interbellum. Hij betoogde dat het idee van de natie gebaseerd is op een aantrekkelijk verhaal over de historie en de toekomst van de natie. In het fin de siècle was volgens Ensel een volksnationalisme ontstaan dat uitging van *'het bestaan van een Nederlands volk met een eigen aard en cultuur'*.⁶⁷ In het interbellum ontwikkelde zich een sterk cultureel nationalisme. Ensel gebruikt in zijn studie het begrip *heimat*. De heimat betekende een *'belofte van eenheid en verbondenheid'*. Het was de voorstelling van het vertrouwde en herkenbare in het onbekende dat de moderne maatschappij bracht. De heimat zorgde voor de verbeelding van eenheid en identificatie. In Duitstalig Europa betekende de heimat de gevoelsmatige band met afkomst. Volksnationalisme en het verlangen naar verbondenheid waren geen vreemd verschijnsel in de jaren voor de Tweede Wereldoorlog.⁶⁸

Volgens Ensel was Nederland volgens intellectuelen en wetenschappers in het interbellum in een *cultuurcrisis* beland. Deze cultuurcrisis zou zijn ontstaan als gevolg van de oorlog. Daarnaast ontstond deze crisis door de modernisering van de maatschappij en de ontbinding van de samenlevingen op het platteland. Om tegen deze crisis in te gaan werd op verschillende manieren gezocht naar een gemeenschapsgevoel. Zo werd er bijvoorbeeld teruggegrepen op het befaamde verleden van de zeventiende eeuw. Daarnaast kregen successen van de decennia sinds 1900 aandacht. De bouw van een groot passagiersschip was bijvoorbeeld tekenend voor de *'regeneratie'* van de natie. Ook werd een nieuwe eenheid gezocht door te kijken naar plaatsen waar een authentiek gemeenschapsgevoel bestond. Dit werd gedaan door het volkse te beschouwen als een symbool van de natie. Dit werd bijvoorbeeld in beeld gebracht door het fotograferen van mensen in klederdracht van de *'authentieke'* gemeenschappen. Elementen uit het Nederlandse landschap als molens, bruggen over

⁶⁷ Ensel, *De Nederlander in beeld*, 10.

⁶⁸ Ibidem 11, 12.

water en nationale landschappen als duin en weiland maakten deel uit van die verbeelding.⁶⁹ Ensel begint zijn onderzoek bij een fotowand van fotografe Eva Besnyö voor de lounge van het cruiseschip 'Nieuw Amsterdam'. In 1937 maakte zij in opdracht een fotowand van landschappen en portretten. Deze verwees volgens Ensel naar de gangbare motieven in de verbeelding van Nederland in het interbellum. Op de fotowand waren te zien: *'een Amsterdams stadsgezicht met ijzeren brug, de Rotterdamse haven, een zandduin, een moeder met kind in klederdracht, bloeiende tulpen, een rij molens, vader en kind op de fiets, een weiland met koeien en een Volendammer visser in klederdracht.'*⁷⁰ Een aantal van deze gangbare motieven van de verbeelding van Nederland zien we ook in de posters van Winterhulp Nederland terug.

3.4.3 Het gebruik van iconische beelden.

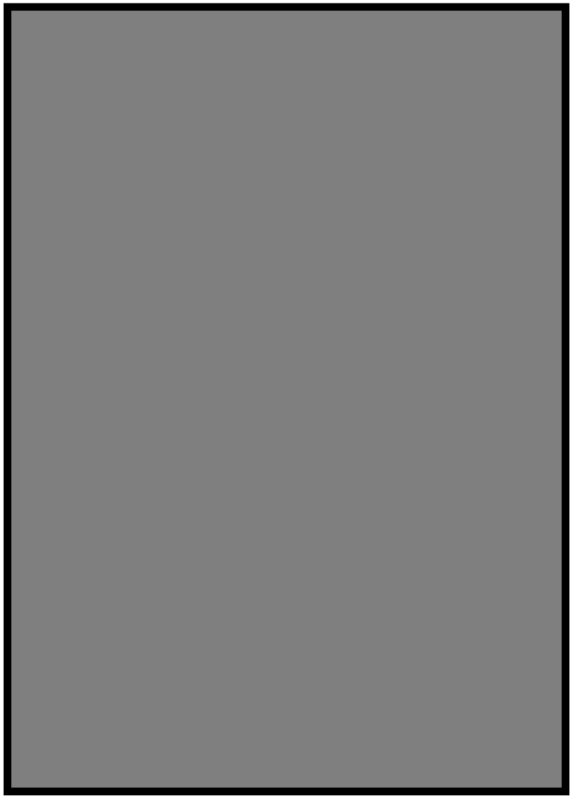
De eerste straatcollecteposter vormde meteen een uitstekend voorbeeld van het gebruik van gangbare motieven in de verbeelding van Nederland in de Winterhulpposters. Voor de eerste poster werd gekozen voor een molen. (zie afbeelding 33) Deze keuze zal bewust geweest zijn omdat de molen een herkenbaar element uit het landschap van de Nederlandse natie was en paste in de visuele verbeelding van Nederland. Ook de speldjes die bij de collecte gespaard konden worden hadden de vorm van een lichtgevend molentje.⁷¹ Een ander voorbeeld van het gebruik van een herkenbaar motief uit de verbeelding van Nederland was de bloembol. (zie afbeelding 34 en 35) Het thema bloemencollecte, waar verschillende speldjes van bloemen gespaard konden worden, werd in de collectecampagnes drie keer gebruikt. In het eerste seizoen zien we op de poster die de collecte van 2 en 3 mei aankondigt tegen een donkere achtergrond een regen van bloemen naar beneden komen. De tulpen, narcissen en hyacinten zijn allen bloembollen. De tulp als herkenbaar beeld van Nederland werd opnieuw gebruikt bij het tweede bloementhema op de collecteposter van 20 en 21 maart 1942. Een gele tulp vult de poster. Het iconische beeld van de klederdracht ontbrak ook niet op de Winterhulpposters. (zie afbeelding 36) Ook dit volkse symbool van Nederland werd gekoppeld aan Winterhulp. In 1942 konden in een collecte met het thema 'kleederdrachtenserie' speldjes gespaard worden waarop klederdrachten uit verschillende streken van Nederland werden afgebeeld.

De verwijzingen naar de Nederlandse gemeenschap vormde niet het enige onderwerp op de posters. Herkenbare elementen voor de Nederlandse bevolking werden gekoppeld aan de Winterhulpcollectes en zo aan de stichting. Op de eerste poster met de molen is de koppeling naar

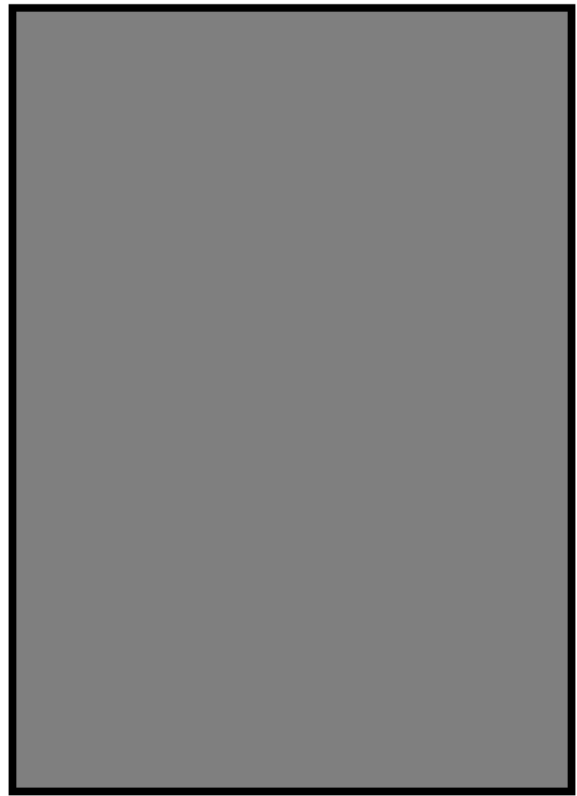
⁶⁹ Ensel, *De Nederlander in beeld*, 17, 41; R. Ensel, 'Hollandse Heimat, nationalisme en de fotografie van het landschap in het interbellum', in: *Holland, themanummer vervalsen in Holland* 35:3 (Hilversum 2003) 212, 213.

⁷⁰ Ensel, *De Nederlander in beeld*, 15, 16.

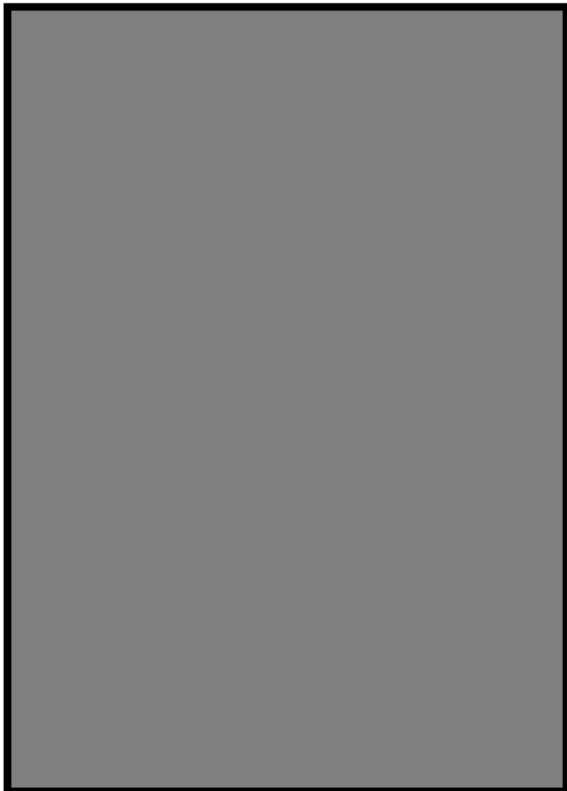
⁷¹ De speldjes werden een mikpunt van de illegaliteit. 'Uitsluitend NSB'ers lopen met molentjes', werd gezegd. De uitdrukking met molentjes lopen betekent in de war zijn, niet goed bij het verstand zijn.



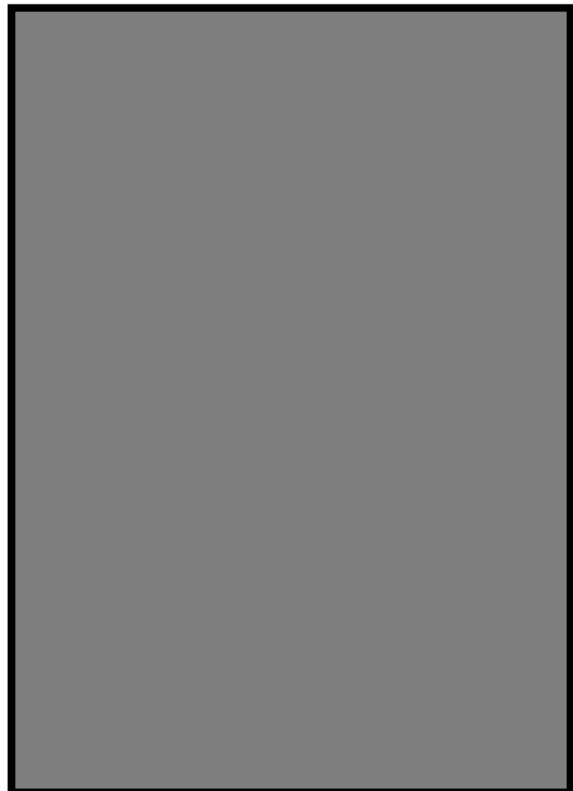
33. 'Winterhulp Nederland brengt licht in 't leven uwer landgenooten. Voor het volk, door het volk.', 29 en 30 november 1940



34. '2-3 mei bloemencollecte', 2 en 3 mei 1941.



35. 'Bloemencollecte 20 - 21 maart', 20 en 21 maart 1942.



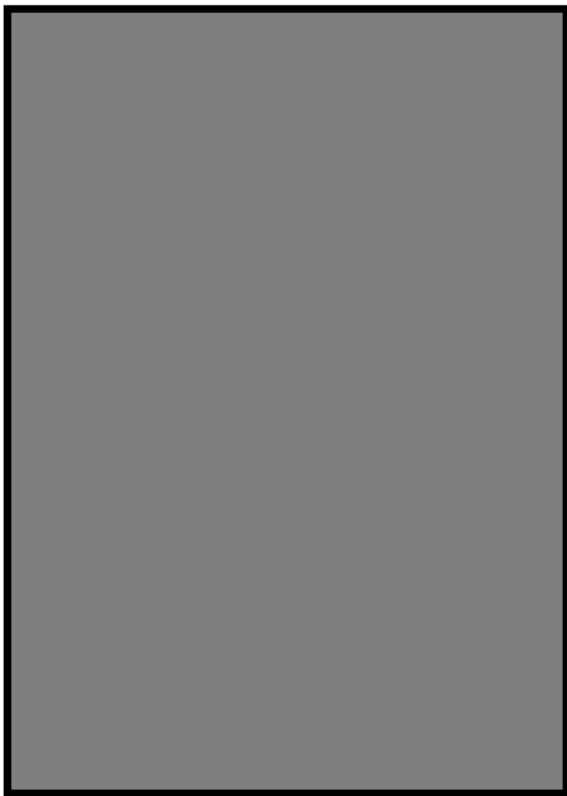
36. 'Kleederdrachten serie', 21 tot 23 november 1942.

Winterhulp slechts te zien in de titel van de poster boven de molen. Op de poster van de eerste bloemencollecte is de verwijzing duidelijker. Op deze poster werd Winterhulp betrokken in de verwijzing naar de gemeenschap. Het logo van de klaver heeft dezelfde tint groen als de stelen van de bloemen en vormt zo een onderdeel van de afbeelding. Aan het Winterhulp logo zitten bovendien verschillende linten in de driekleur van Nederland vast. In het eerste hoofdstuk is al beschreven dat de driekleur van de Nederlandse vlag op de posters een terugkerend kleurenpatroon was. Het vormde op deze poster op zichzelf een onderdeel van de verwijzing naar de Nederlandse gemeenschap. In de tweede bloemencollecte is de verwijzing naar de Winterhulpcollectes nog duidelijker aanwezig. In de tulp zien we een collectante van Winterhulp met een rode collectebus in de hand. Ook hier wordt dus weer de koppeling gemaakt tussen een iconisch beeld van Nederland en Winterhulp. Op de klederdrachtenposter is de koppeling tussen het authentieke Nederlandse beeld en Winterhulp ook sterk aanwezig. De collectante met de rode bus is gehuld in Nederlandse klederdracht. Bij deze collecte werd in sommige steden ook in klederdracht gecollecteerd.⁷² De vriendelijk lachende vrouw houdt de rode collectebus, die door de blauwe, witte en zwarte achtergrondkleuren extra opvalt, naar voren richting de kijker. Het Winterhulplogo op de bus is goed zichtbaar voor de kijker. Deze koppeling tussen herkenbare beelden en de collectes was een strategie in de collecteposters die steeds opnieuw werd toegepast.

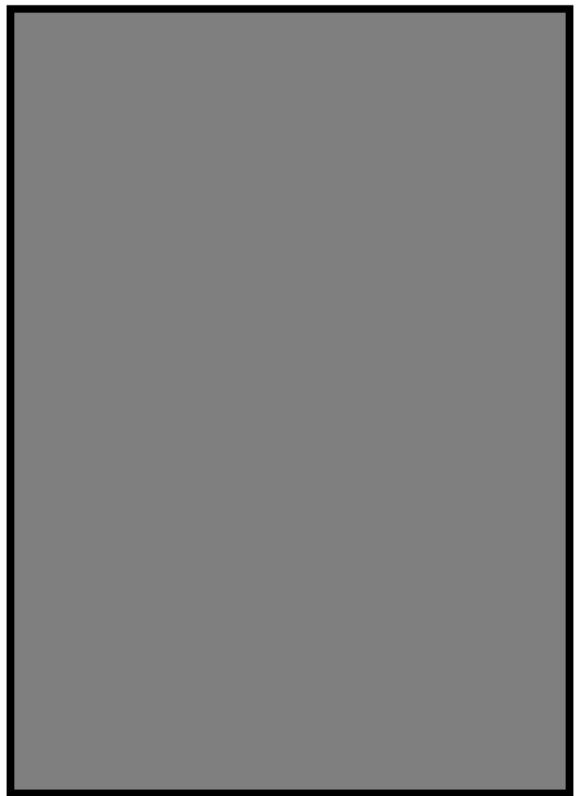
3.4.4 De verbeelding van een gemeenschappelijk verleden en prestaties.

Behalve met iconische beelden werd de kijker ook aangesproken via andere herkenbare elementen. Een andere strategie die in de posters werd gebruikt was het inspelen op het gemeenschappelijke verleden van de gemeenschap. In het interbellum was, zoals benoemd, een van de manieren om te zoeken naar een vertrouwd gemeenschapsgevoel het teruggrijpen op het roemrijke verleden van Nederland. Op de poster 'Met elkander voor elkander' van 28 februari en 1 maart 1941 wordt de vaderlandse geschiedenis en de glorie verbeeld in de vorm van schepen. (zie afbeelding 37) Tegen een blauwe achtergrond zien we een reliëf van een schip. Bij deze collecte konden speldjes van verschillende schepen uit het Nederlandse verleden gespaard worden. Het was een serie van vijf speldjes met een vikingschip, Oostindiëvaarder, mailboot, het vlaggenschip van Michiel de Ruyter en

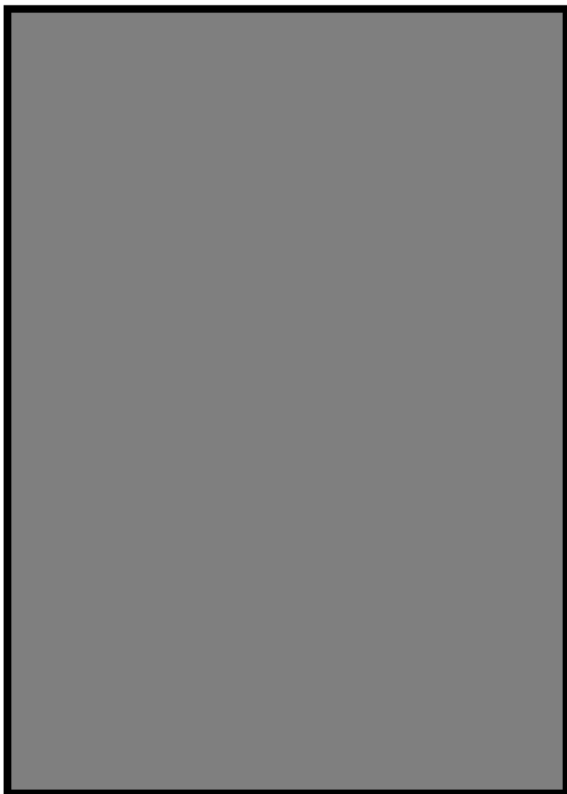
⁷² Zie bijvoorbeeld: F. Folkers, Winterhulp Nederland, *Groningen, collecte van november 1942, thema Klederdrachten* (november 1942), NIOD, beeldbank, 80601, geraadpleegd via <https://beeldbankwo2.nl/nl/beelden/detail/3068d628-025a-11e7-904b-d89d6717b464/media/d5dd1ad9-6ff8-7eec-8215-fc289da8c4f8?mode=detail&view=horizontal&q=winterhulp&rows=1&page=162> ; Winterhulp Nederland, *Collecte thema was Klederdracht* (november 1942), NIOD beeldbank, 80537, geraadpleegd via <https://beeldbankwo2.nl/nl/beelden/detail/30456634-025a-11e7-904b-d89d6717b464/media/cf9fb7bb-91bf-9311-59c2-c0a4c59c99bd?mode=detail&view=horizontal&q=winterhulp&rows=1&page=261>.



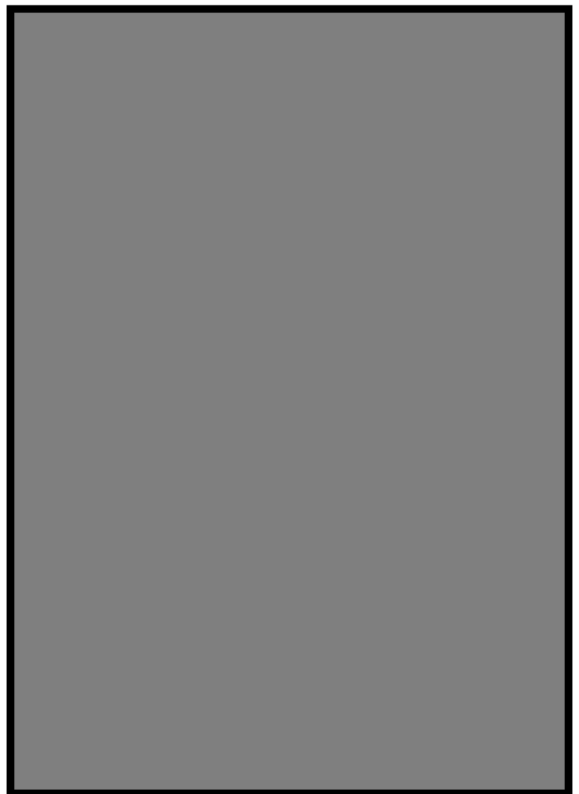
37. 'Met elkander – voor elkander', 28 februari en 1 maart 1941.



38. 'Historische figuren', 27 en 28 februari 1942.



39. 'Het bouwwerk van en voor ons volk', 14 en 15 november 1941.



40. '17-18 oct. Straatcollecte', 17 en 18 oktober 1941.

een schoener.⁷³ De spreuk ‘met elkander, voor elkander’ benadrukt dit gemeenschapsgevoel nog extra. Een andere poster die teruggreep op het Nederlandse verleden was de collecte met het thema historische figuren in het tweede seizoen. (zie afbeelding 38) De achtergrond van de poster is gevuld met de Nederlandse driekleur. Opvallend genoeg is de bovenste baan oranje, de kleur die in principe met het Huis van Oranje geassocieerd kon worden. Op de voorgrond zien we een rol met daarop de spreuk: ‘met pen, penseel en zwaard is Neerland’s roem vergaard’. Deze elementen uit de Nederlandse geschiedenis werden ook verbeeld: het penseel voor de schilders, de ganzenveer voor de gedichten en een wereldbol voor de handel en zeevaart. De ridderlijke figuur geeft een romantische weergave van het verleden. De speldjes bij deze collecte bestonden uit portretten van vijf historische figuren met hun namen eronder: Vondel, De Zwijger, Rembrandt, Johan de Witt en De Ruyter.⁷⁴ Willem de Zwijger werd niet Willem van Oranje genoemd, waarschijnlijk om een verwijzing naar het koningshuis te voorkomen. Het thema verwees naar de historische figuren die van belang waren geweest in de geschiedenis en daarmee bekende en roemrijke herkenningspunten voor de bevolking waren. Volgens historici Kok en Somers werd met deze collecte ingespeeld op de opgeleefde belangstelling voor de helden uit de vaderlandse geschiedenis.⁷⁵

De verwijzing naar de gemeenschap kon ook meer streekgebonden zijn. Ook bouwwerken vormden bijvoorbeeld een collectethema. Veertien speldjes van aardewerk met bekende bouwwerken uit Nederlandse steden erop konden gespaard worden. De volledige serie omvatte de Westertoren van Amsterdam, de Gevangenenpoort uit Bergen op Zoom, de Ridderzaal te Den Haag, het stadhuis van Gouda, de Martinatoren van Groningen, het gezicht vanaf het Pikmeer op Grouw, het stadhuis van Haarlem, de Oude Maasbrug van Maastricht, het Valkhof te Nijmegen, het hunebed in Rolde, de Sint Laurenstoren uit Rotterdam, de Domtoren van Utrecht, het raadhuis van Veere en de Sassenpoort van Zwolle.⁷⁶ De poster bij deze collecte toonde een aantal van deze bouwwerken. (zie afbeelding 39) Bovenaan de poster stond: ‘het bouwwerk van en voor ons volk’ en onderaan Winterhulp Nederland. Het bouwwerk van en voor ons volk verwijst naar de gezamenlijke bouwwerken die het volk in het verleden had gemaakt. Zoals genoemd werd de term volk op deze poster voor het eerst gebruikt. De speldjes waren bovendien gebouwen die centraal stonden in de gemeenschap als raadshuizen en bruggen en centrale beelden van de stad die iedereen moest

⁷³ Schepen, (28 februari en 1 maart 1941), Museon, 60548, geraadpleegd via <http://cc.museon.nl/default.aspx#d9b60a07-75c7-4129-bddf-6a293e7a819c>.

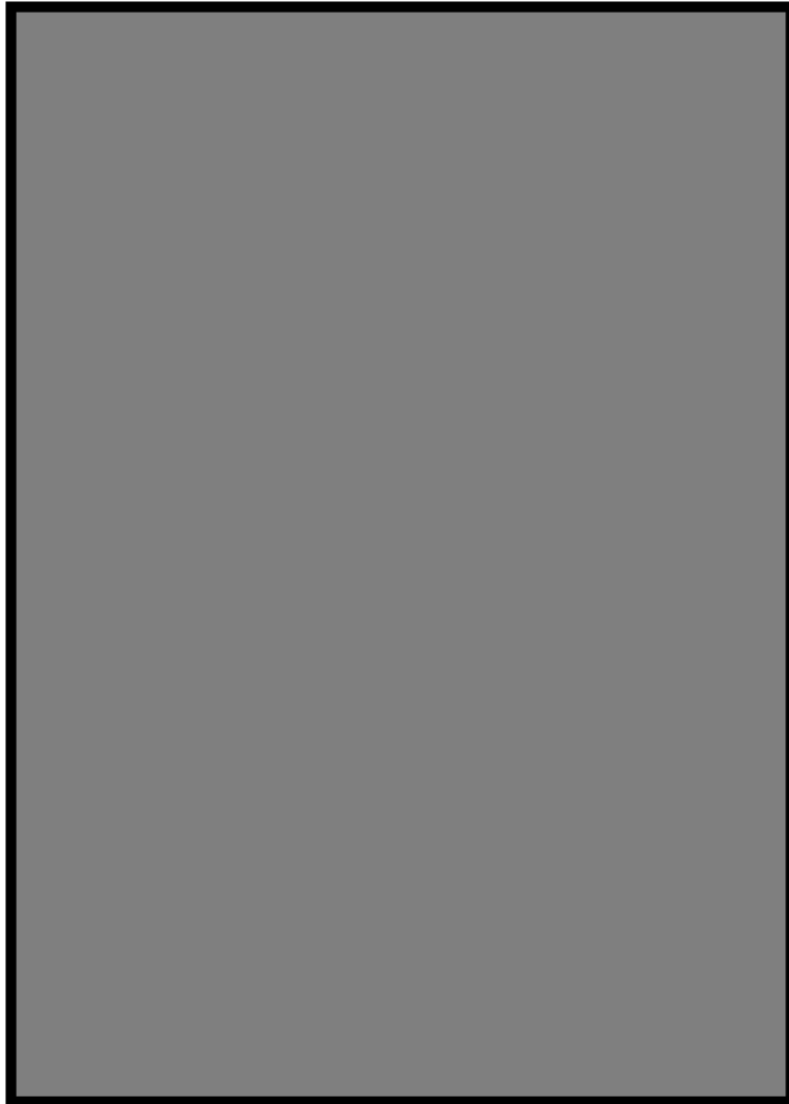
⁷⁴ Historische figuren (27 en 28 februari 1942), Museon, 60554, geraadpleegd via <http://cc.museon.nl/default.aspx#095fb1ed-bb17-4b61-8e5e-df34adcebe3>.

⁷⁵ Kok, Somers, *V=Victorie*, 56.

⁷⁶ *Eén van complete serie collectespeldjes van “W.H.N.” (Winterhulp Nederland): ronde aardewerken schijfje met kenmerkende topografische voorstelling en omschrift “Utrecht” 1941*, (1941), Museum Rotterdam, 50548-12, geraadpleegd via <https://museumrotterdam.nl/collectie/item/50548-12>; *Collecte november 1941*, geraadpleegd via <http://winterhulp.info/november1941>.

herkennen. Op de poster zien we de bouwwerken uit Nederland maar de tekst kan ook op een andere manier geïnterpreteerd worden. De zin kan immers ook gekoppeld worden aan Winterhulp Nederland als bouwsel van en voor ons volk. Opnieuw werd Winterhulp dus betrokken bij herkenbare beelden voor de kijker. Een maand eerder werd met een soortgelijk thema ingespeeld op het plaatselijke gemeenschapsgevoel binnen Nederland. Bij deze collecte gaf Winterhulp speldjes uit met de wapens van de provinciën en de hoofdstad Amsterdam. De collecteposter bevatte geen tekstuele verwijzing naar het volk of de gemeenschap, maar het narratief van de beelden spreekt voor zich. (zie afbeelding 40) In het midden stond het beeldmotief van de rode collectebus in een lichtere kleur blauw waardoor het oog daar naartoe getrokken werd. Deze bus werd omringd door de te sparen speldjes van de wapens. Beide posters verwezen dus naar een streekgebonden gemeenschapsgevoel.

Een derde type poster dat geschaard kan worden onder het verbeelden van een gedeeld verleden is de laatste collecteposter uit het vierde seizoen. (zie afbeelding 41) Deze poster hoorde bij een collecte met speldjes van de waterwerken met daarop de sluis van IJmuiden, de scheepsbouw, de Moerdijkbrug, de zeesleepdienst en de Afsluitdijk. Op de poster zien we een blauwe achtergrond van water met daarop een witte tekening van Nederland. Het gebied rond de Zuiderzee is scherper afgedrukt. Ook de Afsluitdijk springt er in een feller wit uit. Gecombineerd met de tekst 'overwon de watermacht' bovenaan de poster is het voor de kijker duidelijk dat er verwezen werd naar prestatie van Nederland om in 1932 de Afsluitdijk te voltooien en een stuk land in te polderen dat op de poster ook te zien is. Op de voorgrond zien we een schip dat aan wal gaat. Het schip verwijst naar de Nederlandse geschiedenis en ambacht in de scheepsbouw. De iconische tulpen op de voorkant van het schip geven aan dat het om een Nederlands schip gaat. Door het gebruik van perspectieven zien we het schip van onderaf waardoor het duidelijk is dat het om een groot schip en dus een grote prestatie gaat. Ook hier wordt in het midden van al deze verwijzingen naar prestaties de Winterhulp geplaatst. Tussen de koude kleuren staat de rode bus van Winterhulp Nederland op de voorgrond. Het beeld spreekt een duidelijk narratief uit. Ook de tekstuele retoriek beroept zich op dit deel van de Nederlandse geschiedenis. 'T gezamenlijk werk overwon de watermacht, 't gezamenlijk offer sterkt de volkskracht. Het Nederlandse verleden wordt hier overduidelijk gekoppeld aan de Winterhulp met een sterk element van samenhang. Zoals in het verleden is samengewerkt tegen de macht van het water is het zaak op diezelfde wijze nu te werken aan het sterken van de volkskracht in de vorm van Winterhulp. Bovendien gaat het om een gezamenlijk offer, het offeren voor het volk, dat zorgt voor een grotere kracht van dat volk. In krachtige taal wordt een lijn getrokken van het Nederlandse verleden richting het volk van nu en de kracht van het gezamenlijke.



41. 'T gezamenlijk werk overwon de watermacht, 't gezamenlijk offer sterkt de volkskracht', 4 tot 6 maart 1944.

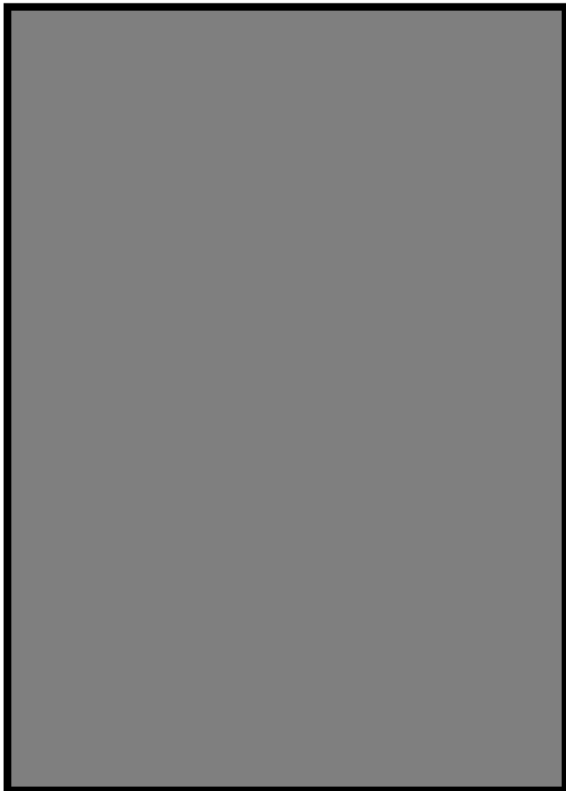
3.4.5 De verbeelding van de heimat.

Naast de verbeelding van de gemeenschap in de vorm van het verleden werd op de winterhulpposters ook het Nederlandse landschap en de natuur verbeeld. Het gebruik van het element van natuur als verbeelding van de gemeenschap past bij wat Ensel benoemt als de 'Hollandse Heimat'. Hij bedoelt hiermee het beeld van het vaderland binnen het culturele nationalisme van het interbellum. De gedachte hierin was dat in het landschap de ware aard van de natie nog waarneembaar was. Dit was niet door de modernisering verloren gegaan. Dit landschap werd verbeeld door middel van elementen van het Nederlandse landschap als weiland en duin.⁷⁷

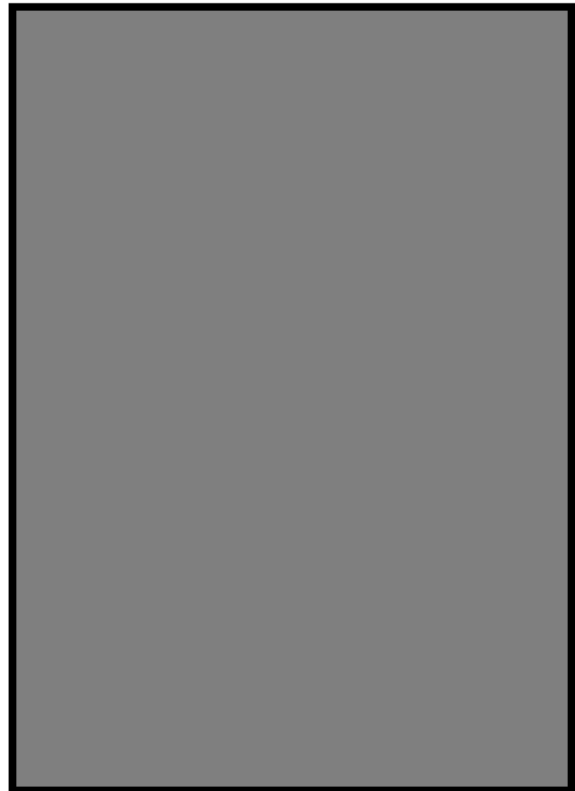
Het Nederlandse landschap keert twee keer terug als beeld op de winterhulpposters. Bij de collecte van 4 tot 6 december 1943 werd een poster uitgegeven waarop een vlak landschap te zien was. (zie afbeelding 42) Het is winters tafereel met een huisje, een bankje met voetstappen in de sneeuw en een kale boom. De kijker kijkt naar het witte tafereel door een soort sleutelgat dat met zwart omringd is. Aan de rand ziet de kijker de tekst Vergeet-me-niet met de bloem erbij die via een lint verbonden worden aan het handvat van de winterhulpcollectebus. De boodschap was dat de kijker de Winterhulp niet mocht vergeten. Bij de collecte konden de bloemetjes gespaard worden. Een tweede poster uit hetzelfde seizoen toont een vergelijkbaar winters beeld van een vlak landschap met een huisje met bomen onder de sneeuw. (zie afbeelding 43) Beiden posters tonen een ruraal landschap, de vlakte die het Nederlandse landschap kenmerkt, met een klein huisje dat eenzaam in het landschap staat. Winterhulp maakte de keuze een landschap te tonen dat herkenbaar was voor de kijker en koppelde dit via het beeldmotief van de rode collectebus aan Winterhulp.

Passend bij de heimatgedachte kwam het thema natuur terug in een aantal collectethema's en bijbehorende speldjes. Het thema bloemen kwam bijvoorbeeld drie keer terug in de winterhulpseizoenen. (zie afbeeldingen 34, 35, 42) De bloembollen en tulp pasten zoals eerder besproken bij de iconische beelden van Nederland maar dus ook bij de verbeelding van natuur als herkenbaar element voor de Nederlandse bevolking. De te sparen speldjes in de vorm van tulpen, narcissen en het vergeet-me-nietje waren alle voor de kijker herkenbare bloemen uit het Nederlandse landschap. Op alle drie de posters werd dit element van natuur aan het geven voor Winterhulp gekoppeld door het beeldmotief van de collectebus of het logo. Ook de vogelserie paste bij het thema van de natuur. (zie afbeelding 44) De poster laat twee zwaluwen zien die voor een grote rode collectebus zitten. De bijbehorende speldjes waren vogelsoorten die in Nederland voorkwamen en dus bekend waren voor de kijker. De tekst van het offeren bij het collecteren geeft

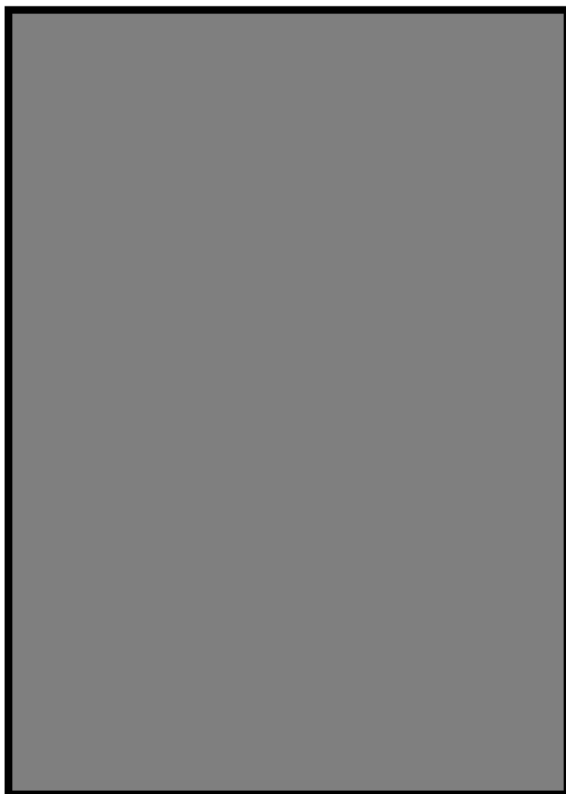
⁷⁷ Ensel, *De Nederlander in beeld*, 48, 49; Ensel, 'Hollandse Heimat', 213.



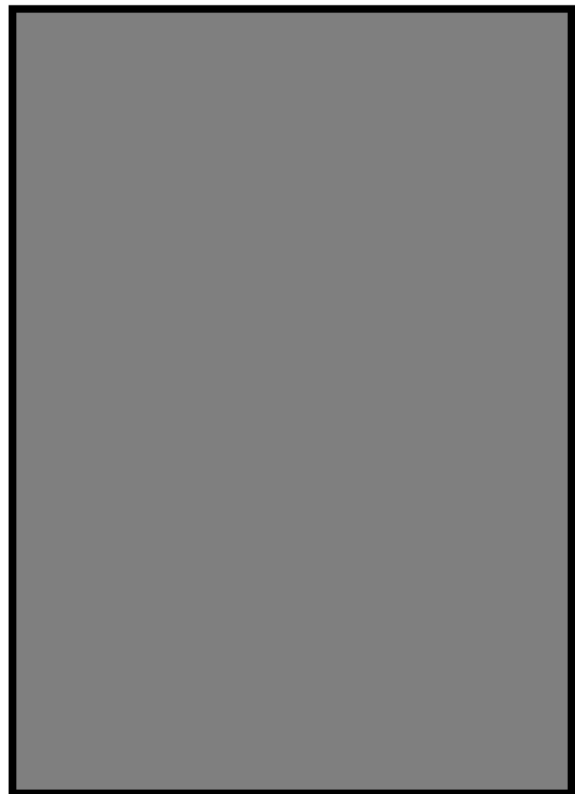
42. 'Vergeet-mij-niet', 4 tot 6 december 1943.



43. 'Draagt elkanders last lijk 't volksgenooten past', 5-7 februari 1944.



44. 'Vogels kent men aan hun veeren, offerzin bij 't collecteeren!', 20 tot 22 februari 1943.

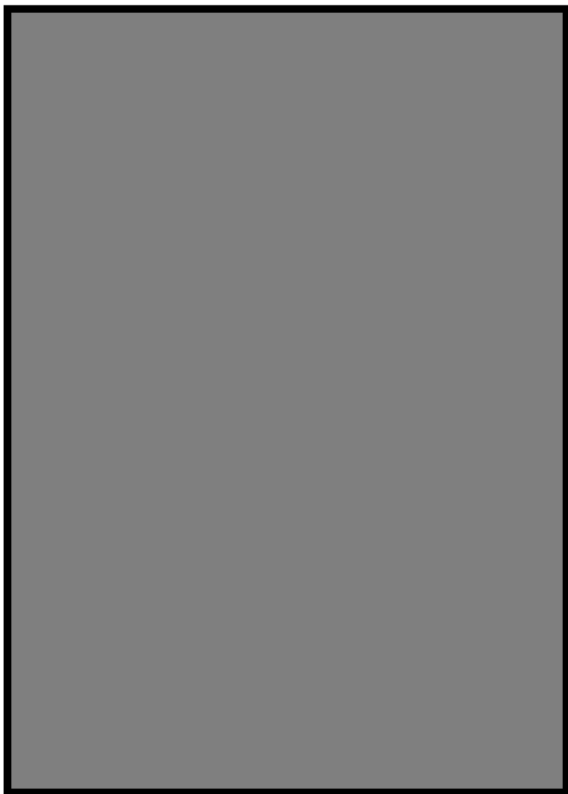


45. 'Op iedere jas een vlinder maakt veler zorgen minder', 2-4 oktober 1943.

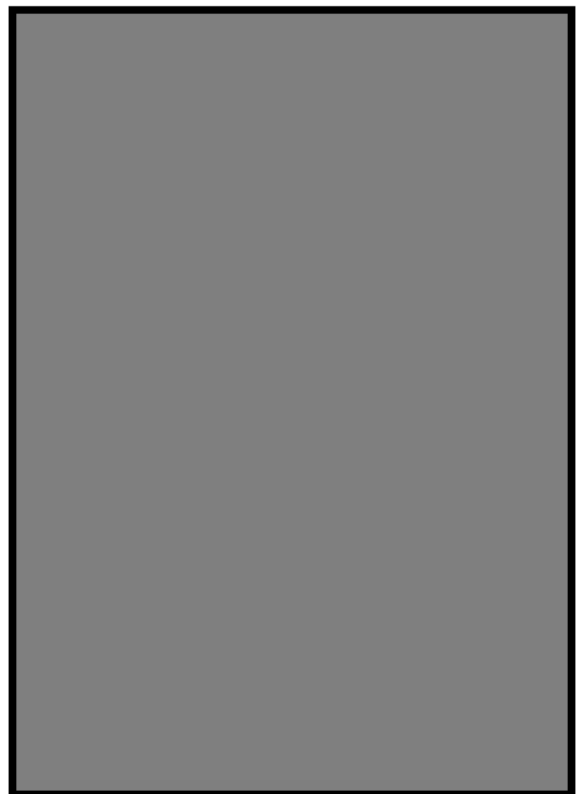
extra kracht aan de verwijzing naar Winterhulp en het geven voor Winterhulp. Op de poster 'Op iedere jas een vlinder maakt veler zorgen minder' zien we de natuur terug in de vlinder en het plantje. (zie afbeelding 45) De tekst verwijst naar de vlinderspeldjes die bij deze collecte gespaard konden worden en de solidariteit tegenover anderen. Ook op deze posters wordt de natuur, de heimat, gekoppeld aan het geven voor Winterhulp met het beeldmotief van de rode collectebus.

3.4.6 Aansluiting bij bestaande symboliek.

Winterhulp werd dus steeds op de posters gekoppeld aan elementen die herkenbaar waren voor de kijker en onderdeel vormden van de verbeelding van de Nederlandse gemeenschap. Ook het aanhaken bij bestaande symboliek vormde hier een onderdeel van. Twee keer kondigden de Winterhulpposters een straatcollecte aan die gekoppeld werd aan kerst waarbij kerstspeldjes gespaard konden worden. (zie afbeeldingen 46 en 47). Door middel van de kaars, de spar en de hulst werden motieven die symbool stonden voor het kerstfeest gekoppeld aan de straatcollecte van december. Op beide posters werd kerst verbonden met het beeldmotief van de winterhulpcollectebus.



46. '22 - 23 december straatcollecte', 22 en 23 december 1941.



47. 'Het kwik daalt, dus uw plicht stijgt', 23 en 24 december 1942.

3.5 Deelconclusie.

Wanneer al deze elementen in de winterhulpposters als geheel worden bekeken zien we dat in de collectecampagne dus veel elementen gebruikt zijn die herkenbaar waren voor de Nederlanders. In de posters werden deze op zowel visuele als tekstuele wijze met Winterhulp in verband gebracht. Met deze beelden kon een aansluiting gezocht worden met het publiek dat naar de posters keek. Gangbare motieven om Nederland te verbeelden kwamen in de posters en bijpassende speldjes terug en werden gekoppeld aan Winterhulp. Hierbij werden deze elementen regelmatig met een boodschap en aanmoediging van solidariteit verbonden, waardoor een soort ideologische saamenhorigheid werd gecreëerd. Deze solidariteit konden mensen uiten in het geven voor Winterhulp, waardoor ze onderdeel werden van de gemeenschap. De verantwoordelijkheid van de kijker om te geven werd steeds herhaald. Dit werd niet gekoppeld aan een humanitair narratief waarin het leed van anderen verzacht moest worden maar aan het geven binnen de gemeenschap. Het idee van solidariteit en saamenhorigheid in de beelden en teksten paste bij het nationaalsocialistische gedachtegoed. De techniek van het aanspreken van de kijker bevorderde bovendien dat de kijker betrokken werd in het vertoog van de ideologie. Ook het gebruik van verbeeldingen van de gemeenschap sloot hierbij aan. De termen als plicht, offeren en de veranderende terminologie van landgenoten naar volk kunnen daardoor bijna niet los geïnterpreteerd worden van het nationaalsocialistische gedachtegoed. Dit vertoog vormde door de herkenbare beelden geen totale breuk maar had meer de vorm van een versmelting met wat de Nederlanders al kenden als hun gemeenschap en volk. Er werd aansluiting gezocht in een discours dat paste bij het beeld van Nederland maar ook bij het nationaalsocialisme.

4. Conclusie.

In de historiografie hebben we gezien dat Stichting Winterhulp Nederland algemeen beschouwd wordt als een onderdeel van de gelijkschakeling en nazificatie van Nederland die de bezetter zowel op organisatorisch als ideologisch niveau voor ogen had. Dit onderzoek sluit aan bij de consensus dat Winterhulp een onderdeel was van het propagandaoffensief van de bezetter om in de gunst te komen van de Nederlandse bevolking. De bezetter wilde de bevolking zelf de zegeningen van het nationaalsocialisme laten ontdekken. Daarnaast wordt in de historiografie gesteld dat Winterhulp zich in eerste instantie niet uitdrukkelijk als een nationaalsocialistische organisatie profileerde. Naar buiten toe werd benadrukt dat Winterhulp vooral een Nederlandse en in eerste instantie geen nationaalsocialistische of NSB-gerelateerde aangelegenheid was. Deze analyses zijn met name gebaseerd op tekstueel materiaal. Tot nu toe is in onderzoek weinig aandacht aan de visuele propaganda van de Winterhulp besteed. Dit onderzoek schetst door middel van een visuele analyse van de collecteposters van Winterhulp een complexer beeld van Winterhulp als een tactisch middel om de Nederlanders gunstig te stemmen ten opzichte van de bezetter. Bovendien geeft de analyse een genuanceerder beeld van de Nederlandse uitstraling van de stichting.

De focus van dit onderzoek lag op de posters waarmee Winterhulp haar collectes aankondigde en de daarbij gekozen thema's en speldjes. De posters hadden een belangrijk aandeel in de visuele propaganda waarmee de Winterhulp het publiek op straat benaderde en trachtte te stimuleren tot het geven voor de collectes van Winterhulp. Ze droegen bij aan de pogingen tot nationaalsocialistische ideologisering van de Nederlandse bevolking. In dit onderzoek is gekeken hoe Winterhulp in haar collecteposters door een combinatie van tekst en beelden narratieven vormde en hoe ze de kijker aansprak. De hoofdvraag was hierbij hoe Winterhulp in haar collectecampagnes visuele beelden inzette om de Nederlanders te winnen voor de nationaalsocialistische ideologie.

Het onderzoek naar propaganda-affiches in Nederland tijdens de bezetting van historici Somers, Kok, Smit en Webbink toonde aan dat visuele beelden een grote zeggingskracht hadden en kleurrijke posters werden ingezet om op straat op te vallen. Het onderzoek naar nationaalsocialistische propagandaposters in Duitsland van kunsthistorica Witamwas liet zien dat in visuele propagandaposters kleuren, tekst, perspectieven, contrasten en beeldmotieven belangrijke onderdelen waren om een boodschap weer te geven. Dit was ook te zien op de posters van Winterhulp. De afdeling voor propaganda van Winterhulp hanteerde in het ontwerp van de posters een visuele propagandastrategie van terugkerende beeldmotieven, felle opvallende kleuren en lettertypes. Het beeldmotief van de rode collectebus was hier een regelmatig terugkerend motief, dat symbool stond voor Winterhulp als organisatie en het geven voor Winterhulp. Een trend in de posters is dat de taferelen die op de posters afgebeeld zijn over het algemeen een positieve en

optimistische sfeer weergeven. Ook werd in het ontwerp van de posters in tegenstelling tot de Duitse Winterhulp-posters onverbloemde nazisymboliek achterwege gelaten. Witamwas toonde in haar onderzoek aan dat de Duitse winterhulp posters een sterke koppeling naar het nationaalsocialisme maakte. De gebruikte symbolen als het hakenkruis, de nationaalsocialistische kleuren van de partij en verwijzingen naar de oorlog die de Duitse posters veelal bevatten waren in de Nederlandse posters juist afwezig. Het nationaalsocialistische vertoog van de organisatie werd op een andere manier vormgegeven.

Een combinatie van het gebruik van beelden, narratieven en aanspreekvormen vormde de strategie die Winterhulp toepaste in haar collecteposters om de bevolking te winnen voor het nationaalsocialistische gedachtegoed. Zo werd door middel van het gebruik van gangbare motieven in de verbeelding van Nederland aansluiting gezocht bij de Nederlandse bevolking. Dit werd gedaan door naar de gemeenschap te verwijzen middels het gebruik van iconische beelden, de bestaande symboliek van kerst, het verbeelden van een gemeenschappelijk verleden en de verbeelding van de heimat. De gebruikte beelden sloten voor een groot deel aan bij de in het interbellum gangbare beelden voor de verbeelding van Nederland, zoals historicus Ensel op basis van fotografie in het interbellum heeft onderzocht. Voor de bevolking herkenbare beelden als molens, tulpen, historische figuren, bouwwerken en natuur verbeeldden een gedeelde gemeenschap. Termen als landgenoten, volksgenoten en volk verwezen in de tekst naar die gemeenschap. Deze voor de bevolking herkenbare beelden van de gemeenschap werden aan Winterhulp gekoppeld.

De beelden van de gemeenschap werden regelmatig gekoppeld aan een narratief van het geven voor Winterhulp. Het gebruik van dit narratief was een terugkerende strategie. Het narratief van het geven kreeg sterkere invullingen van een plicht en offer dat van de kijker verwacht werd. Hierbij werd de kijker in meerdere posters onderdeel van de gemeenschap gemaakt door dit geven te verbinden met de gemeenschap. Het ging om het geven, een plicht of een offer voor 'uwer landgenoten', 'ons volk', 'uw volk' of 'uw volksgenoten'. Dit narratief werd gekoppeld aan een boodschap van solidariteit binnen de gemeenschap. De kijker kon die uiten in het geven voor Winterhulp.

Bij dit narratief van het geven en de gemeenschap deden de posters regelmatig een beroep op een 'U'. Het doel was om de kijker zich persoonlijk aangesproken te laten voelen en direct te betrekken bij deze gemeenschap. Door de kijker rechtstreeks aan te spreken op zijn verantwoordelijkheid of gedrag tegenover zijn hulpbehoevende landgenoten en later volksgenoten werd de kijker betrokken bij een vertoog van ideologische gezamenlijkheid. Deze ideologische gezamenlijkheid kwam naar voren in de verbeelding van de gemeenschap en in termen als landgenoten, volk en volksgenoten. De 'U' in de posters werd een onderdeel van de gemeenschap door het geven aan Winterhulp. Het aanspreken en het aangesproken voelen als die 'U' door de

kijker maakte hem of haar onderdeel van het vertoog. Hier is de theorie van interpellatie van filosoof Althusser op van toepassing. De herkenbare beeldmotieven in de verbeelding van Nederland werden in een nieuwe context van het geven aan Winterhulp en de daarmee verbonden solidariteit en ideologische samenhangigheid geplaatst.

Het beroep dat Winterhulp op de kijker deed had geen humanitair karakter. Winterhulp zamelde geld in voor behoeftigen, maar een humanitair narratief voor het vragen om behulpzaamheid om het leed van anderen te verzachten is in de collecteposters van Winterhulp niet aanwezig. De visuele en tekstuele verwijzingen naar de hulpbehoevenden of de situatie waarin zij verkeerden gebeurde slechts zijdelings en het ging hier niet om het verzachten van het leed. De propaganda-afdeling van Winterhulp had tot doel om het Nederlandse volk te doordringen met de gedachte, dat het geven voor Winterhulp geen liefdadigheid was, maar een plicht van het volk tegenover het hulpbehoevende deel van het volk. Het algemene en terugkerende narratief van de collecteposters focuste op de kijker als gever voor Winterhulp. Het narratief van het geven stond voorop.

De stellingname in de historiografie dat Winterhulp zich in eerste instantie niet uitdrukkelijk als een nationaalsocialistische organisatie profileerde moet dus genuanceerd worden. Wanneer de visuele beelden in combinatie met het narratief van het geven onderzocht worden, lijkt de strategie achter het gebruik van Nederlandse beelden niet te zijn om de nationaalsocialistische elementen te verhullen, maar juist om deze op verfijnde wijze over te brengen aan de Nederlandse gemeenschap. De in de Duitse winterhulpposters toegepaste nationaalsocialistische symboliek werd achterwege gelaten maar de boodschap van plicht, offeren en solidariteit ten opzichte van de medevolksgenoten bleef in de posters aanwezig. Dit vertoog waarmee Winterhulp haar publiek benaderde paste binnen het nationaalsocialistische gedachtegoed. De visuele collecteposters van Winterhulp droegen bij aan de pogingen tot nationaalsocialistische ideologisering van de Nederlandse bevolking. Het nationaalsocialistische vertoog van de volksgemeenschap werd met voor de bevolking herkenbare beelden van de gemeenschap en de boodschap van solidariteit weergegeven. De herkenbare beelden zorgden voor een versmelting met wat de Nederlanders al kenden als hun gemeenschap en volk. Dit visuele discours, dat paste bij het beeld van Nederland maar ook bij het gemeenschapsideaal binnen het nationaalsocialisme, werd ingezet om aansluiting te vinden bij de kijker en deze te winnen voor de nationaalsocialistische ideologie.

De visuele analyse geeft ook een ander beeld van Winterhulp als een tactisch middel om de Nederlanders gunstig te stemmen ten opzichte van de bezetter door een liefdadig regime neer te zetten. Theoloog Koolen beschreef Winterhulp als een verleidingstruc die op de aanvaarding van het nieuwe regime als menslievend gericht was. Ook volgens de historicus Romijn moesten propaganda-acties van Winterhulp het glorieuze karakter van de nieuwe liefdadigheidsbeleving onderstrepen. Historici Kok en Somers stelden dat het gebaar van sociale bewogenheid vooral bedoeld was om de

goede bedoelingen van de bezetter te benadrukken. De analyse van de collecteposters toont aan dat het helpen van hulpbehoevenden en het daardoor aanprijzen van Winterhulp en de bezetter niet het uitdrukkelijke vertoog van de collecteposters was. In een aantal posters van het eerste winterhulpseizoen is het narratief van de hulpbehoevenden en het goede werk van Winterhulp waarneembaar, maar dit vormt niet het overwegende narratief. Het narratief van de kijker als gever voor de gemeenschap en de verantwoordelijkheid van de kijker tegenover land- of volksgenoten vormde de rode draad door de winterhulpposters. Niet liefdadigheid, de nood van hulpbehoevenden of het in goed daglicht plaatsen van de bezetter, maar het creëren van saamenhorigheid stond in de collecteposters voorop. Het ging om de plicht en het offeren van de gever voor de medelandgenoten of later volksgenoten.

Deze analyse was gebaseerd op de collecteposters van Winterhulp en de daaraan verbonden thema's en speldjes. Voor toekomstig onderzoek zou het interessant kunnen zijn om ook ander visueel beeldmateriaal van Winterhulp Nederland mee te nemen als de fotografie van Winterhulpacties, brochures, propaganda-filmpjes of bioscoopjournaals. Hoe werd in deze media via beelden aansluiting gezocht bij de Nederlandse bevolking? Werd hier wel meer nadruk gelegd op het goede karakter van de Winterhulpacties of het humanitaire narratief?

Daarnaast is het interessant om de vergelijking tussen de Duitse en de Nederlandse Winterhulp breder te trekken. In dit onderzoek is deze vergelijking beperkt tot een korte analyse van de visuele propagandastrategie in de posters. Een vergelijkende studie kan een aanvullend beeld geven op de overeenkomsten tussen beiden organisaties en daarmee over de nationaalsocialistische oriëntatie van de Nederlandse winterhulp.

Bovendien lag in dit onderzoek de focus op de intentie en de strategie achter het ontwerp van de collecteposters. Hier is aandacht besteed aan de retoriek, narratieven en het vertoog van Winterhulp waarmee ze via de collecteposters de bevolking benaderde. Hoe was de receptie van deze beelden op de posters? In onderzoek naar Winterhulp bestaat een overeenstemmend beeld dat onder de bevolking sprake was van wantrouwen tegenover de bedoelingen van de bezetter. In hoeverre en waarom sloeg de strategie van de propaganda wel of niet aan? De constante trend in de propagandaposters lijkt niet aan te tonen dat de strategie in de posters sterk veranderde. Waarom werd er, ondanks het gebrek aan aanslaan van de propaganda, dan wel doorgegaan met deze propagandastrategie in de winterhulpposters?

Dit onderzoek heeft laten zien dat het meenemen van visuele beelden in de methode van onderzoek een bijdrage levert aan de historiografie, omdat het een complexer beeld geeft van de propagandastrategie van Winterhulp om de Nederlandse bevolking te winnen voor het nationaalsocialisme. Door middel van herkenbare visuele beelden trachtte de bezetter aansluiting te vinden bij de gemeenschap. Deze beelden pasten binnen het nationaalsocialistische gedachtegoed.

De bezetter zette in op een ideologisch gemeenschapsgevoel door directe aanspreekvormen te gebruiken die de kijker bij het vertoog betrokken. Het humanitaire narratief voor de hulpbehoevenden van het volk was hierbij afwezig. Het narratief van het geven stond voorop en werd gekoppeld aan solidariteit binnen de gemeenschap. Via het geven voor Winterhulp werd de kijker onderdeel van de gemeenschap. Deze elementen vormden samen een visuele verleidingsstrategie voor het nationaalsocialistische gedachtegoed: 'voor het volk, door het volk'.

5. Bibliografie.

Literatuur:

Althusser, L., 'Ideology and ideological state apparatuses (notes towards an investigation)', in: *Lenin and Philosophy and Other Essays*, Monthly Review Press (New York 1971), 127-186.

Anderson, B., *Imagined communities, reflections on the origin and spread of nationalism* (Londen 1983, herdruk 2006).

Boterman, F., *Duitse daders : de jodenvervolging en de nazificatie van Nederland, 1940-1945* (Amsterdam 2015).

Ensel, R., *De Nederlander in beeld : Fotografie en nationalisme tussen 1920 en 1945* (Amsterdam 2014).

Ensel, R., 'Hollandse Heimat, nationalisme en de fotografie van het landschap in het interbellum', in: *Holland, themanummer vervalsen in Holland* 35:3 (Hilversum 2003) 212-229.

Gerhard, P., *Aufstand der Bilder, die NS-Propaganda vor 1933* (Bonn 1990).

Jong, L. de, *Het koninkrijk der Nederlanden in de Tweede Wereldoorlog, Deel 4, tweede helft, mei '40 – maart '41* ('s Gravenhage 1972).

Jong, L. de, *Het koninkrijk der Nederlanden in de Tweede Wereldoorlog 1939-1945, Deel 6, eerste helft, juli '42 – mei '43* ('s Gravenhage 1975).

Jowett, G., O'Donnell, V., *Propaganda and persuasion, fourth edition* (Londen 2006).

Koolen, G.M.J.M., 'Het nationaalsocialisme en de maatschappelijke zorg vanuit de kerken 1940-1945', in: *Tijdschrift voor Religie, Recht en Beleid* 6:3 (2015) 47-65.

Koop, A., *NSCI : das visuelle Erscheinungsbild der Nationalsozialisten 1920-1945* (Mainz 2012).

Romijn, P., *Burgemeesters in oorlogstijd, besturen onder Duitse bezetting* (Amsterdam 2006).

Smit, E., Webbink, D., *De propagandaoorlog : oorlogsaffiches en verzetsdrukwerk 1940-1945 uit de collectie van Stadsarchief en Athenaeumbibliotheek* (Deventer 2009).

Somers, E., Kok, R., 'De zeggingskracht van het affiche 1940-1945, in: E. Somers, R. Kok, G. Groeneveld, *Goed Fout, grafische vormgeving in Nederland 1940-1945* (Nijmegen 2015) 20-61.

Somers, E., Kok, R., *V=Victorie. Oorlogsaffiches 1940-1945* (Zwolle 2003).

Waaldijk, B., 'Een kijkje in de plaggenhut, visualisering van bevoogdend burgerschap', in: M. Grever, F. Dieteren (red.), *Een vaderland voor vrouwen, a fatherland for women, the 1898 'Nationale tentoonstelling van vrouwenarbeid' in retrospect* (Amsterdam 2000) 104-116.

Wassenaar, A.W., *Het optreden van Winterhulp Nederland in de gemeente Gouda 1940-1945, dissertatie* (1987).

Wassenaar, A. W., *Van Winterhulp via Oost-Compagnie en Marseille naar Rode Kruis : de loopbaan van Carel Piek voor, tijdens en na de bezettingstijd 1940-1945 : een geschiedenis van idealisme en collaboratie* (2016).

Witamwas, B., *Geklebte NS-Propaganda. Verführung und Manipulation durch das Plakat.* (München 2016).

Zuschlag, C., 'Nationalsozialismus', in: U. Fleckner, M. Warnke, H. Ziegler (red.), *Handbuch der politischen Ikonographie dl 2* (München 2011) 174-181.

Archivalia:

Instituut voor oorlogs-, holocaust- en genocidestudies (NIOD), Amsterdam, 179. Nederlandse Volksdienst/ Winterhulp Nederland 1940-1945, 3. Hoofdafdeling Organisatie, 99. Circulaires van de Hoofdafdeling Organisatie betreffende winterhulpcollectes, inzamelacties en loterijen.

Instituut voor oorlogs-, holocaust- en genocidestudies (NIOD), Amsterdam, 179. Nederlandse Volksdienst/ Winterhulp Nederland 1940-1945, 4. Hoofdafdeling voorlichting, 119. Circulaires van de

Hoofdafdeling Voorlichting betreffende propaganda, vormingscursussen en -bijeenkomsten, het werven van leden en winterhulpcollectes, 7 november 1940 - 1 september 1944.

Instituut voor oorlogs-, holocaust- en genocidestudies (NIOD), Amsterdam, 179. Nederlandse Volksdienst/ Winterhulp Nederland 1940-1945, 4. Hoofdafdeling voorlichting, 133 Weekrapporten van de Hoofdafdeling Voorlichting, februari 1943 - 29 augustus 1944.

Gedrukte bron:

Richtlijnen voor de uitvoering van het winterhulpwerk in Nederland, van den directeur-generaal voor de Winterhulp Nederland (1940).

Visuele bronnen, posters (chronologisch geordend):

Winterhulp Nederland:

Winterhulp Nederland, *Winterhulp Nederland brengt licht in 't leven uwer landgenooten. Voor het volk, door het volk*, (29 en 30 november 1940), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, Bron: AG/00105 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view?coll=ngvn&identifieer=NIOD01%3A50187&pres%5Bimageviewer%5D%5Bzoom%5D=0.75&pres%5Bimageviewer%5D%5Bw%5D=1200&pres%5Bimageviewer%5D%5Bh%5D=1637&pres%5Bimageviewer%5D%5Bx%5D=0&pres%5Bimageviewer%5D%5By%5D=0>

Winterhulp Nederland, *Winterhulp Nederland, voor het volk door het volk, geen gunst maar eereplicht* (1940), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: BG D30/733 (affiche), 150 jaar Nederlandse reclame, ReclameArsenaal.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/winterhulp-nederland?query=Winterhulp+Nederland%2C+voor+het+volk+door+het+volk%2C+geen+gunst+maar+eereplicht+&page=1&maxperpage=36&coll=ngvn&identifieer=RA01%3A30051001458667>

Winterhulp Nederland, C. Piek, *Oproep aan het Nederlandsche volk* (1940), geraadpleegd via <https://beeldbankwo2.nl/nl/>, bron: beeldnummer 106388.

<https://beeldbankwo2.nl/nl/beelden/detail/5d1fb75e-025a-11e7-904b->

d89d6717b464/media/03718409-f47c-7dae-80b4-b5c10d0552da?mode=detail&view=horizontal&q=106388&rows=1&page=1

Winterhulp Nederland, Jan Lavies, *31 jan. en 1 febr. Lijstencollecte* (31 januari en 1 februari 1941), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: BG L3/921 (affiche), 150 jaar Nederlandse reclame, ReclameArsenaal.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/winterhulp-nederland-winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Jan+Lavies%2C+31+jan.+en+1+febr.+Lijstencollecte+&identifier=RA01%3A30051001564944>

Winterhulp Nederland, *Winterhulp Nederland brengt zonneschijn*, (14 en 15 februari 1941), geraadpleegd www.geheugenvannederland.nl, bron: BG D30/732 (affiche), 150 jaar Nederlandse reclame, ReclameArsenaal.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/winterhulp-nederland-brengt-zonneschijn-winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Winterhulp+Nederland+brengt+zonneschijn+&identifier=RA01%3A30051001458717>

Winterhulp Nederland, *Met elkander – voor elkander* (28 februari en 1 maart 1941), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00162 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/met-elkander-voor-elkander-winterhulp-nederland-collecte--winterhulp-nederland?query=Met+elkander+%E2%80%93+voor+elkander+&page=1&maxperpage=36&coll=ngvn&identifier=NIOD01%3A47980>

Winterhulp Nederland, *Winterhulp Nederland klopt ook aan uw deur voor behoeftige landgenooten* (17 tot 23 maart 1941), geraadpleegd www.geheugenvannederland.nl, bron: BG D30/729 (affiche), 150 jaar Nederlandse reclame, ReclameArsenaal.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/winterhulp-nederland-klopt-ook-aan-uw-deur-voor-behoeftige-landgenooten-winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Winterhulp+Nederland+klopt+ook+aan+uw+deur+voor+behoeftige+landgenooten+&identifier=RA01%3A30051001458865>

Winterhulp Nederland, Jan Lavies, *2-3 mei bloemencollecte* (2 en 3 mei 1941), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00184 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/mei-bloemencollecte-winterhulp-nederland--winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=2-3+mei+bloemencollecte+&identifier=NIOD01%3A48002>

Winterhulp Nederland, *17-18 oct. Straatcollecte* (17 en 18 oktober 1941), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AG/00357 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/oct-straatcollecte-winterhulp-nederland--winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=17-18+oct.+Straatcollecte+&identifier=NIOD01%3A50443>

Winterhulp Nederland, *Het bouwwerk van en voor ons volk* (14 en 15 november 1941), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00176 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/het-bouwwerk-voor-ons-volk--winterhulp-nederland?query=Het+bouwwerk+van+en+voor+ons+volk+&page=1&maxperpage=36&coll=ngvn&identifier=NIOD01%3A47994>

Winterhulp Nederland, *22 en 23 december straatcollecte* (22 en 23 december 1941), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00175 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/december-straatcollecte-winterhulp-nederland--winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=22+en+23+december+straatcollecte+&identifier=NIOD01%3A47993>

Winterhulp Nederland, *Halt* (23 en 24 januari 1942), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00144 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/halt-januari-straatcollecte-winterhulp--winterhulp->

nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Halt+winterhulp&identifier=NIOD01%3A47962

Winterhulp Nederland, *Historische figuren* (27 en 28 februari 1942), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: BG D30/723 (affiche), 150 jaar Nederlandse reclame, ReclameArsenaal.
<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Historische+figuren+winterhulp&identifier=RA01%3A30051001458907>

Winterhulp Nederland, *Bloemencollecte 20 – 21 maart* (20 en 21 maart 1942), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: BG D30/726 (affiche), 150 jaar Nederlandse reclame, ReclameArsenaal.
<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Bloemencollecte+20+%E2%80%93+21+maart&identifier=RA01%3A30051001459012>

Winterhulp Nederland, *Niet een aalmoes maar een offer doorbreekt den nood* (15 tot 20 april 1942), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00161 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.
<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/niet-aalmoes-maar-offer-doorbreekt--winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Niet+een+aalmoes+maar+een+offer+doorbreekt+den+nood+%28&identifier=NIOD01%3A47979>

Winterhulp Nederland, *Geef* (17 oktober tot 19 oktober 1942), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AH/00033 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.
<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/niet-aalmoes-maar-offer-doorbreekt--winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Niet+een+aalmoes+maar+een+offer+doorbreekt+den+nood+%28&identifier=NIOD01%3A47979>

Winterhulp Nederland, *Kleederdrachten serie* (21 -23 november 1942), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AF/00288 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/kleederdrachten-serie-winterhulp-nederland-november--whn?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Kleederdrachten+serie+&identifier=NIOD01%3A49172>

Winterhulp Nederland, *Het kwik daalt, dus uw plicht stijgt!* (23 en 24 december 1942), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00725 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/het-kwik-daalt-dus-uw-plicht-stijgt-winterhulp--winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Het+kwik+daalt%2C+dus+uw+plicht+stijgt%21&identifier=NIOD01%3A48561>

Winterhulp Nederland, *Vogels kent men aan hun veeren, offerzin bij 't collecteeren!* (20 tot 22 februari 1943), , geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: BG E17/144 (affiche), 150 jaar Nederlandse reclame, ReclameArsenaal.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/winterhulp-nederland-vogelserie-februari?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Vogels+kent+men+aan+hun+veeren%2C+offerzin+bij+%E2%80%99t+collecteeren%21+&identifier=RA01%3A30051001460622>

Winterhulp Nederland, *Vele kleintjes ... helpen ons volk* (27 tot 29 maart 1943), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00195 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/vele-kleintjes-helpen-ons-volk-winterhulp--winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Vele+kleintjes+%E2%80%A6+helpen+ons+volk+&identifier=NIOD01%3A48013>

Winterhulp Nederland, (2-4 oktober 1943), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00171 (*Op iedere jas een vlinder maakt veler zorgen minder* Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.

<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/op-iedere-jas-vlinder-maakt-veler--winterhulp-nederland-nederlandsche->

volksdienst?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Op+iedere+jas+een+vlinder+maakt+veler+z
orgen+minder+&identifier=NIOD01%3A47989

Winterhulp Nederland, *Offer voor uw volk* (1 oktober- 1 november 1943), geraadpleegd via
www.geheugenvannederland.nl, bron: RA/004390 (affiche), ReclameArsenaal, ReclameArsenaal.
[http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/winterhulp-offer-voor-uw-volk--
schalles?query=Offer+voor+uw+volk+&page=1&maxperpage=36&coll=ngvn&identifier=RA01%3A300
5100242970953441add1](http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/winterhulp-offer-voor-uw-volk--schalles?query=Offer+voor+uw+volk+&page=1&maxperpage=36&coll=ngvn&identifier=RA01%3A3005100242970953441add1)

Winterhulp Nederland, *Wij worden rijker naarmate wij meer aan anderen geven* (6 tot 8 november
1943), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00166 (Affiche, Lithografie),
Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.
[http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/wij-worden-rijker-naarmate-wij-meer-
aan--winterhulp-
nederland?query=Wij+worden+rijker+naarmate+wij+meer+aan+anderen+geven+&page=1&maxperp
age=36&coll=ngvn&identifier=NIOD01%3A47984](http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/wij-worden-rijker-naarmate-wij-meer-aan--winterhulp-nederland?query=Wij+worden+rijker+naarmate+wij+meer+aan+anderen+geven+&page=1&maxperpage=36&coll=ngvn&identifier=NIOD01%3A47984)

Winterhulp Nederland, *Vergeet-mij-niet* (4-6 december 1943),), geraadpleegd via
www.geheugenvannederland.nl, bron: BG E17/146 (affiche), 150 jaar Nederlandse reclame,
ReclameArsenaal.
[http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/winterhulp-nederland-collecte-dec--
winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Vergeet-mij-
niet+winterhulp&identifier=RA01%3A30051001460523](http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/winterhulp-nederland-collecte-dec--winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Vergeet-mij-niet+winterhulp&identifier=RA01%3A30051001460523)

Winterhulp Nederland, *Uw volksgenooten verwachten dat gij uw plicht doet* (5-7 februari 1944),
geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AF/00290 (Affiche, Lithografie),
Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.
[http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/uw-volksgenoten-verwachten-gij-uw-
plicht--
whn?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Uw+volksgenooten+verwachten+dat+gij+uw+plich
t+doet+&identifier=NIOD01%3A49174](http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/uw-volksgenoten-verwachten-gij-uw-plicht--whn?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Uw+volksgenooten+verwachten+dat+gij+uw+plich
t+doet+&identifier=NIOD01%3A49174)

Winterhulp Nederland, *Draagt elkanders last lijkt 't volksgenooten past* (5-7 februari 1944), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00730 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.
<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/draagt-elkanders-last-lijkt-volksgenooten-past--gb-winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=Draagt+elkanders+last+lijkt+%E2%80%99t+volksgenooten+past+&identifier=NIOD01%3A48566>

Winterhulp Nederland, *'t gezamenlijk werk overwon de watermacht, 't gezamenlijk offer sterkt de volkskracht* (4 tot 6 maart 1944), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00168 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.
<http://www.geheugenvannederland.nl/nl/geheugen/view/gezamenlijk-werk-overwon-watermacht-t-winterhulp-nederland?coll=ngvn&maxperpage=36&page=1&query=T+gezamenlijk+werk+overwon+de+watermacht%2C+%E2%80%99t+gezamenlijk+offer+sterkt+de+volkskracht+&identifier=NIOD01%3A47986>

Kriegswinterhilfswerk des deutschen Volkes:

Kriegswinterhilfswerk des deutschen Volkes, Atelier Albrecht, *Für jeden Frontsoldaten ein Abzeichen mehr!* (1939/1945), Das Bundesarchiv, Plak 003 - Nationalsozialistische Herrschaft in Deutschland und Europa, Plak 003-016-082,
geraadpleegd via [http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search\[view\]=detail&search\[focus\]=180](http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search[view]=detail&search[focus]=180).

Kriegswinterhilfswerks des deutschen Volkes, Herbert Rothgaengel, *Der Frontsoldat sieht auf Dein Opfer!* (februari 1940), Das Bundesarchiv, Plak 003 - Nationalsozialistische Herrschaft in Deutschland und Europa, Plak 003-016-109,
geraadpleegd via [http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search\[view\]=detail&search\[focus\]=200](http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search[view]=detail&search[focus]=200).

Kriegswinterhilfswerks des deutschen Volkes, *Und dein Opfer für's WHW? Vielleicht wird Dir einer begegnen, der viel mehr für Deutschland geopfert hat* (Februari 1942), Das Bundesarchiv, Plak 003 - Nationalsozialistische Herrschaft in Deutschland und Europa, Plak 003-016-110,

geraadpleegd via [http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search\[view\]=detail&search\[focus\]=305](http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search[view]=detail&search[focus]=305).

Winterhilfswerk des Deutschen Volk:

Winterhilfswerk des Deutschen Volk, Ludwig Hohlwein, *Opfert zum Kampf gegen Hunger und Kälte* (1933-1934), Das Bundesarchiv, Plak 003 - Nationalsozialistische Herrschaft in Deutschland und Europa, Plak 003-016-042,

geraadpleegd via [http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search\[view\]=detail&search\[focus\]=2](http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search[view]=detail&search[focus]=2).

Winterhilfswerk des Deutschen Volk, Ludwig Hohlwein, *Nicht spenden opfern* (1933-1945), Das Bundesarchiv, Plak 003 - Nationalsozialistische Herrschaft in Deutschland und Europa, Plak 003-016-034,

geraadpleegd via [http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search\[view\]=detail&search\[focus\]=3](http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search[view]=detail&search[focus]=3).

Winterhilfswerk des Deutschen Volk, Reichsjugendführung, O. Ang. *Wir helfen mit im Kampf gegen Hunger und Kälte* (1934), Das Bundesarchiv, Plak 003 - Nationalsozialistische Herrschaft in Deutschland und Europa, Plak 003-011-036,

geraadpleegd via [http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search\[view\]=detail&search\[focus\]=20](http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search[view]=detail&search[focus]=20).

Winterhilfswerk des Deutschen Volk, Bund deutscher Mädel, *BDM im Dienste des Winter-Hilfswerk des deutschen Volkes* (Oktober 1934), Das Bundesarchiv, Plak 003 - Nationalsozialistische Herrschaft in Deutschland und Europa, Plak 003-016-065,

geraadpleegd via [http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search\[view\]=detail&search\[focus\]=36](http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search[view]=detail&search[focus]=36).

Winterhilfswerk des Deutschen Volk, Willi Engelhardt, *Bei jedem Einkauf 1 Pfund - opfern* (1935-1936), Das Bundesarchiv, Plak 003 - Nationalsozialistische Herrschaft in Deutschland und Europa, Plak 003-016-069,

geraadpleegd via [http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search\[view\]=detail&search\[focus\]=82](http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search[view]=detail&search[focus]=82).

Winterhilfswerk des Deutschen Volk, Deutsche Arbeitsfront, Karl Kämpf, *Schaffende sammeln und geben 17.-18. Oktober Sammelstage der Deutschen Arbeitsfront* (Oktober 1936), Das Bundesarchiv, Plak 003 - Nationalsozialistische Herrschaft in Deutschland und Europa, Plak 003-016-053, geraadpleegd via [http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search\[view\]=detail&search\[focus\]=133](http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search[view]=detail&search[focus]=133).

Winterhilfswerk des Deutschen Volk, Deutsche Arbeitsfront, Johannes A. Grose, *Schaffende sammeln / Schaffende geben, 16./17. Okt. Sammelstage der Deutschen Arbeitsfront* (Oktober 1937), Das Bundesarchiv, Plak 003 - Nationalsozialistische Herrschaft in Deutschland und Europa, Plak 003-016-045, geraadpleegd via [http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search\[view\]=detail&search\[focus\]=150](http://www.bild.bundesarchiv.de/cross-search/search/_1515246195/?search[view]=detail&search[focus]=150).

Overige visuele bronnen:

Collecte november 1941, geraadpleegd via <http://winterhulp.info/november1941>.

Eén van complete serie collectespeldjes van "W.H.N." (Winterhulp Nederland): ronde aardewerken schijfje met kenmerkende topografische voorstelling en omschrift "Utrecht" 1941, (1941), Museum Rotterdam, 50548-12, geraadpleegd via <https://museumrotterdam.nl/collectie/item/50548-12>.

Folkers, F, Winterhulp Nederland, *Groningen, collecte van november 1942, thema Klederdrachten* (november 1942), NIOD, beeldbank, 80601, geraadpleegd via <https://beeldbankwo2.nl/nl/beelden/detail/3068d628-025a-11e7-904b-d89d6717b464/media/d5dd1ad9-6ff8-7eec-8215-fc289da8c4f8?mode=detail&view=horizontal&q=winterhulp&rows=1&page=162>.

Historische figuren (27 en 28 februari 1942), Museon, 60554, geraadpleegd via <http://cc.museon.nl/default.aspx#095fb1ed-bb17-4b61-8e5e-df34adcecbe3>.

Schepen, (28 februari en 1 maart 1941), Museon, 60548, geraadpleegd via <http://cc.museon.nl/default.aspx#d9b60a07-75c7-4129-bddf-6a293e7a819c>.

Winterhulp Nederland, *Collecte thema was Klederdracht* (november 1942), NIOD beeldbank, 80537, geraadpleegd via <https://beeldbankwo2.nl/nl/beelden/detail/30456634-025a-11e7-904b-d89d6717b464/media/cf9fb7bb-91bf-9311-59c2-c0a4c59c99bd?mode=detail&view=horizontal&q=winterhulp&rows=1&page=261>.

Illustratieverantwoording voorpagina:

Van links naar rechts:

Winterhulp Nederland, *Winterhulp Nederland, voor het volk door het volk, geen gunst maar eereplicht* (1940), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: BG D30/733 (affiche), 150 jaar Nederlandse reclame, ReclameArsenaal; Winterhulp Nederland, *Winterhulp Nederland brengt licht in 't leven uwer landgenooten. Voor het volk, door het volk*, (29 en 30 november 1940), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, Bron: AG/00105 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB; Winterhulp Nederland, *'T gezamenlijk werk overwon de watermacht, 't gezamenlijk offer sterkt de volkskracht* (4 tot 6 maart 1944), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00168 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.

Van boven naar onder:

Winterhulp Nederland, *Klederdrachten serie* (21 -23 november 1942), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AF/00288 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB; Winterhulp Nederland, *Niet een aalmoes maar een offer doorbreekt den nood* (15 tot 20 april 1942), geraadpleegd via www.geheugenvannederland.nl, bron: AE/00161 (Affiche, Lithografie), Oorlogsaffiches NIOD 1933 - 1946, NIOD/KB.