

De CDA-verkiezingsposter door de jaren heen Van draken en zwaarden naar 'less is more'

Er zijn zo van die zaken tijdens campagnes waar iedereen een mening over heeft. De verkiezingsposter of het affiche is er één van. De kleur groen moet lichter, de tanden van de lijsttrekker witter, de slogan aansprekender. De affiches van de voorlopers van het CDA van bijna honderd jaar geleden laten grote verschillen zien met de huidige billboards. Wat zijn de opvallende ontwikkelingen en welke lessen zijn te trekken voor de komende gemeenteraadsverkiezingen?

door Maaïke Kamps

M. Kamps, MA is
Officemanager van het
Wetenschappelijk Instituut
voor het CDA.

Zeker is dat verkiezingsposters een grote ontwikkeling hebben doorgemaakt. In de jaren tien en twintig van de vorige eeuw werden opvallend veel metaforen gebruikt, zowel in tekst als in beeld. De eigen partij werd vaak uitgebeeld door een huis, een dijk, of een vrouwelijke strijder die met het zwaard in de hand strijdt voor 'staat, kerk en maatschappij' (RKSP, 1922). Ons land werd vaak weergegeven als een voertuig in beweging: soms als het 'schip van staat' of later als een vliegtuig. Een staatsman die het land leidde werd dus uitgebeeld als stuurman op het schip van staat zoals te zien op de bekende poster van 's Lands stuurman Colijn' (ARP, 1925). Opvallend was ook de harde aanpak van concurrerende partijen in de jaren tien en twintig. Het paardenspan 'arbeid, eendracht, recht en orde' van de RKSP verpletterde in 1918 de socialistische draak. Concurrent SDAP doorkliefde in hetzelfde jaar een kapitalistisch monster dat nog het meest weg heeft van een octopus, een dier dat met zijn lange tentakels geheel in de zwierige Jugendstil van de poster past.

Instructies

Lijstnummers hebben altijd een prominente plaats op affiches gehad. Tot 1956 was dat bittere noodzaak. Kiezers moesten er tot die tijd van worden doordrongen op het juiste lijstnummer of juiste persoon te stemmen: partijnamen werden tot die tijd namelijk niet op de stembiljetten gedrukt omdat de term 'politieke partijen' nog niet was opgenomen in de kieswet (Voerman, 2002). Via de aanplakbiljetten moest de kiezer daarom worden geïnstrueerd het juiste bolletje in te kleuren, zoals op de RKSP-poster uit 1918: 'stemt KATHOLIEK, door het witte puntje zwart te maken vóór den naam van Kolkman (M. J. C. M.)'.

'Uw eigen huis'

De diepe recessie waarin Nederland in 1933 verkeerde en de ontwikkelingen in Duitsland zijn terug te zien op de toenmalige posters: 'storm op komst, stut uw huis' (RKSP, 1933). Na de Tweede Wereldoorlog vormden bij de ARP de strijd tegen het communisme en het ideaal van een eigen huis de centrale thema's (1948 resp. 1963). De CHU sprak zich niet voor één thema uit, maar hield het bij haar pijlers van gezag, trouw en recht. De uit de RKSP ontstane Katholieke Volkspartij profileerde zich als 'de gezinspartij' met 'bezit voor iedereen' (1948



Het paardenspan 'arbeid, eendracht, recht en orde' van de RKSP verpletterde in 1918 de socialistische draak.

en 1959). Ook opvallend is de poster uit 1981 met de slogan 'Nieuwe wegen', veertien jaar voor het verschijnen van het rapport van het Strategisch Beraad: 'nieuwe wegen, vaste waarden'. Vanaf de jaren tachtig speelde het CDA bij meerdere verkiezingen de kaart van hard werkende, betrouwbare partij. Het no-nonsense beleid van Lubbers werd ingezet bij de posters in 1986 en 1989: 'laat Lubbers zijn karwei afmaken' en 'verder met Lubbers'. Brinkman voerde campagne met 'een groot karwei vraagt een sterke partij' en het CDA van Balkenende was 'betrokken en betrouwbaar'. Na interne strubbelingen in 2010 en 2011 lijkt die keuze niet meer zo voor de hand te liggen. Met de nieuwe slogan 'samen kunnen we meer' is eerder een parallel te trekken naar de slogan 'samenleven doe je niet alleen' uit 1998.



Het ideaal van een eigen huis was in de naoorlogse jaren een centraal thema van de ARP (poster uit 1963).



Het no-nonsense beleid van Lubbers werd ingezet bij de posters in 1986 en 1989 (poster uit 1986).

Salamitactiek

En dan de huisstijl, de verzamelterm voor de standaard CDA-kleuren, lettertype en opmaak. Handhaving van de juiste huisstijl lijkt steeds belangrijker te zijn geworden. Via technische programma's als photoshop zijn de specifieke kenmerken van een lettertype exact vastgelegd. De partij monitort continu of het beeldmerk nog de juiste boodschap uitstraalt. Op het beeldmerk CDA wordt al jaren een salamitactiek toegepast, waarbij subtiele wijzigingen worden aangebracht op een zodanige manier dat de kiezer er niet door wordt afgeschrikt. Vergelijk hiervoor de huidige CDA-letters met die uit de periodes 1994-2004 en 1986-1991. Op het eerste gezicht hetzelfde, maar toch net een tikje anders: minder dik, minder scheef en lichter van kleur.

Gezicht van de partij

In de eerste helft van de twintigste eeuw werden lijsttrekkers vooral getekend afgebeeld of in het geheel weg gelaten. Foto's van lijsttrekkers en kandidaten zijn vanaf begin jaren zeventig veel op affiches te vinden. Toen beschikte inmiddels ruim 80 procent van de huishoudens over een televisie wat de bekendheid van het gezicht van de lijsttrekker sterk deed toenemen.

Less is more

Kort door de bocht is te zeggen: hoe recenter de poster is, hoe minder symboliek, afbeeldingen en tekst. Naam, lijstnummer en lijsttrekker vergezeld met twee of drie kleuren en je hebt een affiche. De snelheid waarmee we tegenwoordig langs billboards razen geeft ons ook niet meer tijd om een boodschap in ons op te nemen. De door kunstenaars getekende affiches vol metaforen en gloedvolle strijdkreten horen hierdoor helaas wel tot de verleden tijd, maar wie weet vinden onze achterkleinkinderen de huidige posters juist weer van grote schoonheid getuigen. •

Toolkit 2014

En wat nu te doen met die poster bij de eerstvolgende gemeenteraadsverkiezingen in 2014? Wat moet er wel en wat vooral niet op zo'n lokale CDA-poster komen? Uit een rondgang langs de afdeling communicatie van het Partijbureau blijkt dat de tekst vooral kort en simpel moet: *stem CDA*, 'dat is alles'. Er wordt sterk aangeraden de poster van zo weinig mogelijk aanvullende informatie te voorzien. 'Je verkiezingsprogramma is niet bedoeld om op een poster te zetten.' Een foto van je lijsttrekker op het aanplakbiljet? 'Beter van niet, bijna niemand kent de plaatselijke wethouder of fractievoorzitter. En als je dat dan toch wil, neem dan een professionele fotograaf zodat je in elk geval een goede foto hebt.' De mogelijkheden van photoshop zijn niet oneindig zullen we maar zeggen. En voor de praktisch ingestelden is wellicht het kostenargument overtuigend. 'Voordeel van het hebben van één poster voor alle afdelingen is daarnaast dat je goedkoop kunt inkopen en snel kunt handelen.'

Leestips

R.H.J.M. Gradus, G. Harinck, K. Hoentjen, A. van Kessel & H.M. ten Napel (Red.) (2012). *Canon van de Christendemocratie*. Uitgave van het Wetenschappelijk Instituut voor het CDA en het CDA. Te bestellen via webwinkel.cda.nl

D.J. Elzinga & G. Voerman (2002). *Om de stembus. Verkiezingsaffiches 1918-1998*. Amsterdam: Veen.

Reageren? kamps.wi@cda.nl