



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Nederland-Duitsland: topper met tanden : interview met Ton Dietz
Dietz, A.J.

Citation

Dietz, A. J. (2006). Nederland-Duitsland: topper met tanden : interview met Ton Dietz. *Collect*, (48), 13-15. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/15507>

Version: Not Applicable (or Unknown)

License:

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/15507>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Topper met

Stel dat het Nederlands elftal straks Die Mannschaft treft tijdens het WK Voetbal in juni. De gemoederen zullen weer hoog op slaan. Maar hoe is de 'competitie' op postzegelgebied?

Collect ging te rade bij Ton Dietz, hoogleraar Sociale Geografie aan de Universiteit van Amsterdam en enthousiast postzegelverzamelaar. Hij bestudeerde alle postzegels van beide landen over de afgelopen 150 jaar. Zijn conclusie: "Van beide landen zijn de postzegels een weergave van de ontwikkeling van de nationale identiteit." Nederland telt tussen 1849 en 2005 in totaal 2.425 uitgiftes, Duitsland 9.229. "Als je ze allemaal op een rijtje zet, kom je hele opmerkelijke verschillen tegen", vertelt Dietz enthousiast. "Om nog even bij sport te blijven: Duitsland

Nederland krijgt nauwelijks aandacht. De Deltawerken zijn wel verbeeld, maar grote bedrijven als Philips, Hoogovens of Shell niet.

heeft relatief gezien drie keer zoveel postzegels – ruim 500 – met sport en sportlieden uitgegeven als wij: 45. Opmerkelijk daarbij is, dat de Duitse belangstelling voor dit onderwerp heel nadrukkelijk aanwezig was in de Hitlerperiode. De massaliteit van sport destijds en de Olympische Spelen van 1936 waren daarvoor belangrijke drijfveren."

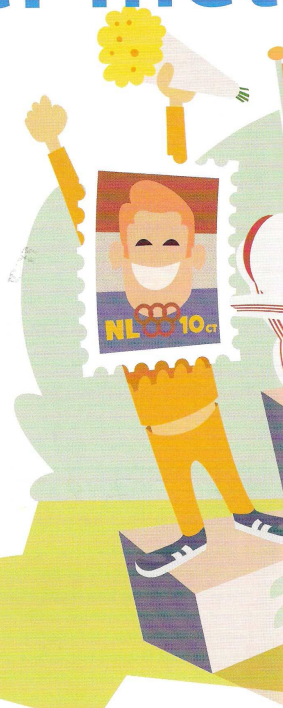


Wat eveneens meespeelde, was het willen oppoetsen van de nationale sport en het uiten van de 'oppermachtigheid' – de suprematie – van het Duitse volk. "Dit blijkt duidelijk uit de gekozen afbeeldingen. De postzegel die onze oosterburen uitbrachten ter gelegenheid van de Spelen in Berlijn, straalt een en al kracht uit. De Nederlandse zegel van hetzelfde sportevenement in 1928 is daarentegen vooral mooi gestileerd. Het is eigenlijk meer kunst."

Behalve aan sport besteden de Duitse postdiensten vooral veel aandacht aan kunst en cultuur. Ook gebouwen, landschappen en geografie doen het goed, evenals cijfers en letters en heraldiek: denk aan wapenschilden, vlaggen en mythische figuren. Bovendien worden politieke voorstellingen en de economie relatief veel in beeld gebracht. Op Nederlandse postzegels kom je juist vaak het staatshoofd en de koninklijke familie tegen. Ook is er een duidelijke voorliefde voor sociale voorstellingen, het liefst met kinderen. Symbolische voorstellingen hebben bij ons eveneens een streepje voor.

IDENTITEITSBINDER

Het mag duidelijk zijn: de onderlinge verschillen zijn groot. Hoe zijn die te verklaren? In zekere zin lijken beide volkeren immers op elkaar met hun gevoel voor stiptheid, ordelijkheid en hard werken? Dietz: "Er zijn diverse verklaringen. Neem bijvoorbeeld het staatshoofd. Wij hebben daar doorlopend zegels van, terwijl Duitsland sinds 1978 geen enkele postzegel met dit thema meer heeft uitgegeven. Dit heeft te maken met de positie van deze politieke figuur. In ons land is dat een identiteitsbinder, maar in Duits-



land veel minder. Daar ziet men juist kunst en cultuur als een uiting van nationale identiteit."

Duitsers zijn trots op hun culturele geschiedenis en dat vormt dus een bindend element. "Een goed voorbeeld daarvan is Goethe: deze dichter werd zowel in het Duitse Rijk als later in de DDR en in de Bondsrepubliek beschouwd als een held voor iedereen – en werd dus regelmatig op postzegels afgebeeld."

De historie van elk land verklaart dus

'Neem bijvoorbeeld het staatshoofd. Wij hebben daar doorlopend zegels van, terwijl Duitsland sinds 1978 geen enkele postzegel met dit thema meer heeft uitgegeven.'

tanden



Duitsland 9.229 uitgiftes
Nederland 2.425 uitgiftes

in zekere mate de themakeuze. Zo grijpt het feit dat Duitsland graag heraldiek verbeeldt, terug op de feodale geschiedenis. Doordat wij die nauwelijks hebben, doen wij daar weinig

die uit het verleden. 'Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg', is hier het motto. Dat is nu eenmaal de aard van het beestje. Overeenkomsten zijn er echter ook.

mee. Dietz: "En kijken we naar de opvallende aandacht voor politiek en economie in bepaalde periodes in Duitsland, dan heeft dat te maken met de enorme politieke 'zweepers' die de Duitsers maakten, bijvoorbeeld van nationaalsocialistisch naar communisme in Oost-Duitsland. Zo zie je zowel na de Eerste en de Tweede Wereldoorlog, als in de DDR volop afbeeldingen van blijere arbeiders die trots uitstralen. Wij kennen dat niet, omdat de politieke ontwikkelingen bij ons veel gelijkmatiger verliepen."

DOE MAAR GEWOON

Mentaliteit is eveneens een bepalende factor. Zo krijgt de industrie in Nederland nauwelijks aandacht. De Deltawerken zijn wel verbeeld, maar grote bedrijven als Philips, Hoogovens of Shell niet. "Dat heeft te maken met onze terughoudende aard. We lopen niet graag te koop met successen, ook niet met

Abstracte postzegels (met cijfers, letters en abstracte voorstellingen) komen in beide landen vaak voor in tijden van crisis. In Duitsland is dit te zien in 1923 en vlak na de Tweede Wereldoorlog. En in ons land zijn de afgelopen tien jaar meer abstracte postzegels dan ooit uitgebracht. Dietz: "Meestal duidt dit op een crisis in de nationale identiteit. Er zijn kennelijk geen onderwerpen meer en dan vlucht je als het ware in het abstracte. Wat in ons land ook meespeelt, is dat de postdienst is geprivatiseerd. Daardoor is de postzegel geen uiting van een staatsfilosofie meer, waardoor het houvast weg is."

Opmerkelijk is ook dat beide landen weinig buitenlands gerelateerde postzegels uitgeven. "De meeste aandacht daarvoor vind je in de jaren zestig van de vorige eeuw. Eigenlijk is dat vreemd als je bedenkt dat globalisering juist nu zo'n hot item is!" Tot slot had Dietz meer aandacht verwacht voor religieuze voorstellingen. "Duitsland doet er iets meer aan dan wij, maar dan is er ook meteen een verschil: ze brengen daar altijd gewoon één religieuze zegel uit, terwijl bij ons meteen een hele serie op de markt komt met protestantisme, katholicisme en andere geloofsovertuigingen naast elkaar. Maar ook dat geeft de volksaard weer. Duitsland kent weliswaar een protestants noorden en een katholiek zuiden, maar dat levert geen problemen op. Nederland was vroeger duidelijk een verzuilde natie en dat speelt blijkbaar nog steeds een rol." ●



Nederlandse top 5 postzegelthema's

- 1 Sociale (geschied)voorstellingen/kinderen
- 2 Staatshoofd/koninklijke familie
- 3 Symbolische voorstellingen
- 4 Kunst, cultuur en kunstenaars
- 5 Gebouwen, landschappen en geografie

Duitse top 5 postzegelthema's

- 1 Kunst, cultuur en kunstenaars
- 2 Gebouwen, landschappen en geografie
- 3 Cijfers of letters
- 4 Heraldische of mythische voorstellingen
- 5 Politieke (geschied)voorstellingen



* Gemeten van 1849 tot 2005.