

# DE STRIJD

VERKIEZINGSCAMPAGNES  
VOOR DE TWEDE KAMER  
VANAF 1848



# OM DE STEMBUS

RON DE JONG

HARM KAAL

PHILIP VAN PRAAG

GERRIT VOERMAN

Ter nagedachtenis aan

**Ron de Jong**

---

1960-2022

**DE STRIJD** VERKIEZINGSCAMPAGNES  
VOOR DE TWEDE KAMER  
VANAF 1848

**OM DE STEMBUS**

RON DE JONG

HARM KAAL

PHILIP VAN PRAAG

GERRIT VOERMAN

 **BOOKS**

# INHOUDSOPGAVE

## VOORWOORD

## INLEIDING

### VERKIEZINGSCAMPAGNES EN POLITIEKE

#### PARTIJEN

Ontstaan en ontwikkeling van het partijstelsel	9
Indeling van het boek	20
Bronnen	22

## 1

VERKIEZINGSCAMPAGNES TIJDENS HET DISTRICTENSTELSEL 1848-1917	25
--	----

Onpartijdigheid en standsbesef	25
Positieve herwaardering van partijdigheid	26
Levendige electorale cultuur vanaf circa 1890	30
Verkiezingscampagnes aan het begin van de twintigste eeuw	35
Grote diversiteit	40

## 7 2

VERZUILDE VERKIEZINGEN 1918-1963	43
-------------------------------------	----

## 9

Arbeidsintensieve campagnes	44
Institutioneel kader van de campagne	48
Campagneorganisatie	52
Campagnefinanciering	60
Campagnemiddelen	65
Uitslagenavond	84
Saaie campagnes?	86
Personalisering	89
Slot	94

## 3

MEDIACAMPAGNES: VERKIEZINGEN IN HET TELEVISIETIJDPERK 1967-1989	99
---	----

Institutioneel kader van de campagne	101
Veranderende kiezersmarkt	104
Campagneorganisatie	107
Buitenlandse inspiratie	110
Inschakelen van experts	111
Campagnefinanciering	117
Traditionele campagnemiddelen	119
Mediacampagne	131
Televisiedebatten	138
Uitslagenavond	142
Slot	145

**4****DE DOORBRAAK VAN DE  
PROFESSIONELE CAMPAGNE  
1994-2023**

<b>Institutioneel kader van de campagne</b>	151
<b>Professionalisering</b>	152
<b>Onderzoeksbeleid</b>	156
<b>Campagneorganisatie</b>	160
<b>Campagnefinanciering</b>	161
<b>Traditionele campagnemiddelen</b>	164
<b>Veranderende rol van de media</b>	166
<b>Gedrukte media</b>	167
<b>Televisiecampagne</b>	171
<b>Televisiedebatten</b>	177
<b>Betaalde publiciteit</b>	182
<b>Digitale verkiezingscampagne</b>	187
<b>Sociale media</b>	190
<b>Stemhulpen</b>	197
<b>Uitslagenavond</b>	198
<b>Slot: campagnes in de eenentwintigste eeuw</b>	199

**CONCLUSIE  
NAAR PROFESSIONALISERING  
EN PERSONALISERING****200**

Noten	204
Bijlage 1: bronverantwoording tabel 3.14	210
Afkortingen	211
Literatuuroverzicht	212
Archievenoverzicht	221
Namenregister	222
Over de auteurs	223
Colofon	224



# INLEIDING

## VERKIEZINGSCAMPAGNES EN POLITIEKE PARTIJEN

Vrije en geheime verkiezingen zijn een cruciaal onderdeel van de parlementaire democratie. Kiezers stemmen doorgaans op door politieke partijen gestelde kandidaten, en bepalen daarmee de krachtsverhoudingen in het parlement. In hun stemgedrag kunnen zij zich laten leiden door het programma van een partij, haar kandidaten, haar opstelling in het verleden en zo meer. Partijen proberen uiteraard de keuze van de kiezers te beïnvloeden: de periode voorafgaand aan de verkiezingsdag strijden zij om hun stem – geen verkiezingen zonder een verkiezingscampagne.

Het ontstaan van verkiezingscampagnes met debatten, optochten en het bezoeken van kiezers was nauw verbonden met de opkomst van de politieke partij in de laatste decennia van de negentiende eeuw.<sup>1</sup> De meeste partijen functioneerden sinds hun oprichting als verkiezingsmachine, waarbij de ledenorganisatie steeds belangrijker werd. Kenmerkend voor de moderne politieke partij zoals die nog steeds bestaat is de rekruterings- en selectiefunctie: het gaat om ‘een georganiseerde groep, voorzien van een officiële

benaming, die als zodanig kandidaten stelt voor de verkiezing van openbare functies’ (Koole 1992, 18).

Partijen zijn dus sterk op verkiezingen ingerichte organisaties, tot op de dag van vandaag. In deze inleiding schetsen we eerst in hoofdlijnen het ontstaan en de ontwikkeling van het stelsel van politieke partijen vanaf het midden van de negentiende eeuw. Daarna gaan we in op de indeling van het boek en de bronnen die zijn geraadpleegd.

### ONTSTAAN EN ONTWIKKELING VAN HET PARTIJSTELSEL

#### OPKOMST VAN DE POLITIEKE PARTIJEN

De leden van de Tweede Kamer worden sinds de grondwetswijziging van 1848 direct gekozen. Nederland was daartoe aanvankelijk verdeeld in 38 enkelvoudige en meervoudige kiesdistricten, die één dan wel meerdere afgevaardigden naar het parlement stuurden. Met de grondwetsherziening van 1887 werd het aantal Kamerleden en districten op honderd gefixeerd. Een kandidaat diende de absolute meerderheid te behalen van de uitgebrachte stemmen; daartoe waren vaak twee stemronden in een district noodzakelijk. Het aantal kiesgerechtigden was zeer beperkt: alleen mannen van 23 jaar (vanaf 1896 25 jaar) en ouder die een bepaald bedrag aan belastingen betaalden

1 | Vrouwen met een flyer van de Partij van de Arbeid. De verkiezingskaravaan van de PvdA deed op 24 januari 1967 Noord-Limburg aan. Fotograaf: Ron Kroon. Nationaal Archief, Anefo.

schappelijke emancipatiebewegingen. Dit partijtype was ideologisch zeer uitgesproken en kende een centralistische en gedisciplineerde organisatie. De Anti-Revolutionaire Partij (ARP), opgericht in 1879 en de Sociaal-Democratische Arbeiderspartij (SDAP) uit 1894 zijn hier goede voorbeelden van.<sup>3</sup> Deze massapartijen integreerden en representeerden een ‘volksdeel’ in het politieke bestel. De orthodox-protestantse ARP onder leiding van de predikant Abraham Kuiper kreeg vorm rond de Schoolstrijd: de financiële achterstelling van het confessionele (bijzonder) onderwijs bij het openbaar onderwijs. Rond deze strijd mobiliseerden Kuiper en de zijnen het gereformeerde volksdeel. De SDAP had haar fundament in de groeiende tegenstelling tussen arbeid en kapitaal. Geruime tijd geleid door Pieter Jelles Troelstra kwam zij op voor de (seculiere) arbeidersklasse (Van Veldhuizen 2015).

Het partijlandschap was rond 1900 sterk in beweging. Een combinatie van ideologische en persoonlijke onenigheid lag in verschillende gevallen aan de basis van afsplitsingen en de vorming van nieuwe partijen. De in 1908 tot stand gekomen Christelijk-Historische Unie (CHU) zette zich af tegen de controledrang en het centralisme van Kuiper (Janssens 2001a; Kuiper 2001). Organisatorisch was de CHU niet te vergelijken met de ARP: zij was een typische kaderpartij, een unie van sterk autonome kiesverenigingen, die de Kamerleden veel ruimte lieten. Binnen de SDAP woedden in het begin van de twintigste eeuw heftige ideologische discussies die uiteindelijk leidden tot de vorming van een communistische partij, die na verschillende naamswijzigingen als Communistische Partij Holland (CPH) door het leven ging (en later weer Communistische Partij van Nederland – CPN – ging heten).

De partijvorming van de katholieken verliep uiterst moeizaam. Zij voelden de noodzaak van een partij minder vanwege hun politieke dominantie in het overwegend katholieke zuiden van het land, waar de meeste van hun vertegenwoordigers werden gekozen. Er waren katholieke kiesdistricten waar in verkiezingstijd niet eens campagne werd gevoerd: het naar Den Haag afvaardigen van de katholieke

kandidaat was een vanzelfsprekendheid – daarvoor zorgden het katholieke geloof en de geestelijkheid (De Jong 1997). Op concrete politieke punten was de interne verdeeldheid echter groot. In 1904 kwam vanuit de Tweede Kamer de Algemeene Bond van Rooms-Katholieke Kiesverenigingen tot stand – een losse federatie van centrale kiesverenigingen, die in de districten de kandidaatstelling coördineerde. In politiek opzicht stelde de Bond weinig voor; het beleid werd vrijwel geheel bepaald door de katholieke Kamerclub (Bornewasser 1995, 32-34). Tot 1918 was de Bond duidelijk een kaderpartij; zijn opvolger, de in 1926 tot stand gekomen Rooms-Katholieke Staatspartij (RKSP) had meer trekken van een massapartij (Koole 1992, 59-61).

De ideaaltypen van kaderpartij en massapartij bieden niet alleen inzicht in het ontstaan en de organisatie van politieke partijen, maar zijn ook nuttig bij het onderscheiden van de verschillende soorten verkiezingscampagnes in de decennia rond 1900. De campagnes van de kaderpartijen kenmerkten zich doorgaans door een decentrale opzet en een zwak geaccentueerd ideologisch profiel. De opzet en organisatie werden, met uitzondering van zaken als het opstellen van een program en het vervaardigen van affiches, meestal aan de regionale verbanden overgelaten. Het ideologische karakter van de campagne was letterlijk en figuurlijk zwak. Het ontbrak de kaderpartijen uiteraard niet aan een ideologie, maar die werd in campagnetijd vooral uitgedragen door middel van leuzen, symbolen en verkiezingsmanifesten. ⇨<sup>4</sup> De kaderpartijen hadden ook een beperkter partijkader en waren niet in staat tot een intensieve straatcampagne of massale acties. Dit konden zij tot op zekere hoogte compenseren met de steun van geestverwante dagbladen – zo konden de liberale partijen doorgaans rekenen op het *Algemeen Handelsblad* of de *Nieuwe Rotterdamse Courant* – of door de inzet van relatief veel financiële middelen. Op bescheiden schaal voerden sommige kaderpartijen al een kapitaalintensieve campagne.

Massapartijen waren beter in staat tot het voeren van een goed georganiseerde campagne, waarbij veel actieve leden betrokken waren. Zij functioneerden





4 | Met de leus 'tegen revolutie' wordt R.J.H. Patijn van de Liberale Unie in het kiesdistrict Zierikzee als kandidaat voor een Kamerzetel aangeprezen. Patijn zat van 1905 tot 1918 namens dit district in de Tweede Kamer. Zeeuws Archief, Beeldbank Schouwen-Duiveland, nr. ZZE-1316.

veel meer als strijdorganisatie, droegen hun ideologie meestal nadrukkelijk uit en zochten het directe contact met de kiezers. De massapartijen wilden hen tegelijk voorlichten, onderwijzen, overtuigen en mobiliseren. Zij schuwden daarbij doorwrochte en dikke brochures niet, en maakten ook gebruik van gelijkgezinde kranten met wie zij vaak een organisatorische band hadden. Zo werden de campagnes van de ARP ondersteund door *De Standaard* en later door *Trouw*, konden de SDAP en later de Partij van de Arbeid (PvdA) in hun campagnes rekenen op de onvoorwaardelijk bijstand van *Het (Vrije) Volk* en waren kranten als *de Volkskrant* en *De Tijd/De Maasbode* trouwe bondgenoten van de katholieke partijen. De arbeidsintensieve campagnes van de massapartijen hadden ook een belangrijke interne functie: zij versterkten de eigen identiteit en de saamhorigheid (het 'wij-gevoel') van de achterban.

#### BEVROREN VERHOUDINGEN

Na de invoering van het algemeen mannenkiesrecht in 1917 en het algemeen vrouwenkiesrecht in 1919

werd de politiek massaler van karakter. Als gevolg van de kiesrechtuitbreidingen konden bij de Tweede Kamerverkiezingen in 1918 ruim anderhalf miljoen kiezers hun stem uitbrengen; vier jaar later waren dat er bijna 3.300.000. ➡ 5 Doordat het stelsel van evenredige vertegenwoordiging in de plaats kwam van het districtenstelsel, kreeg de politiek veel sterker een nationale inslag: Nederland was immers in de praktijk één kiesdistrict geworden. Alle stemmen telden, waardoor iedere partij overal kiezers moest proberen te winnen. Het gevolg was een (verdere) centralisatie van de partijorganisatie: niet langer werd per district een kandidaat gesteld, maar de landelijke partijen stelden nu de kandidatenlijsten op en de verkiezingscampagnes werden sterker aangestuurd vanuit het nationale partijkantoor.

Naast deze schaalvergroting veranderde ook de aard van de electorale competitie. De stembusakkoorden ten tijde van het districtenstelsel, waarbij de linkse (vrijzinnige) en rechtse (confessionele) partijen in een district ieder met één gezamenlijke kandidaat



8 | Fractievoorzitter van de Boerenpartij Hendrik Koekoek houdt in februari 1967 een verkiezingsrede in de Rivierahal van Diergaarde Blijdorp. De partij behaalde uiteindelijk zeven en niet vijftien zetels. Fotograaf: Ary Groeneveld. Stadsarchief Rotterdam.

partij, ze beslissen ook steeds later. Gaf in de jaren zeventig en de eerste helft van de jaren tachtig nog rond tachtig procent van de ondervraagde stemmers aan al in de laatste maanden voor de verkiezingsdag of zelfs nog eerder tot een keuze te zijn gekomen, tussen 1994 en 2003 daalde dit tot rond de zestig procent en daarna tot net boven de veertig procent in 2012. Kiezers uit alle generaties komen steeds later tot hun keuze, maar het aantal late beslissers ligt bij de jongere generaties duidelijk hoger dan bij de oudere (Tillie e.a. 2016, 100; Van der Kolk, Aarts en Rosema 2007, 213-214; Van der Kolk 2000). De verkiezingscampagnes zijn door deze ontwikkelingen sterk van

karakter veranderd: ze zijn dynamischer geworden, in de zin dat steeds meer kiezers door het verloop van de campagne hun stem bepalen. Uitglijders in de media kunnen grote gevolgen hebben, een succesvol optreden in een televisiedebat kan een *boost* in de peilingen betekenen en ook die peilingen zelf kunnen kiezers weer in hun keuze beïnvloeden.

Ook elders in de westerse wereld nam de volatiliteit van de kiezer toe. Als reactie op de erosie van de vaste electorale basis zouden massapartijen in hun streven naar stemmenmaximalisatie zich ontwikkelen tot *catch all*-partijen, aldus de Duits-Amerikaanse politicoloog Otto Kirchheimer in het midden van de jaren zestig. Met een 'drastische vermindering van het ideologische karakter' en een afgezwakt programma van sociale en politieke verandering zouden zij zich sterker zijn gaan oriënteren op kiezersgroepen buiten hun traditionele electoraat van *Stammwähler* (Koole 1992, 378-390; Krouwel 2004, 143-144). Volgens de politicoloog Ruud Koole (1992, 384-390) was deze ontwikkeling in Nederland echter minder goed zichtbaar. Weliswaar gingen de ARP, CHU en KVP in 1980 op in het Christen Democratisch Appèl (CDA), waarbij de protestants-christelijke en katholiek geïnspireerde beginselen samensmolten in een christendemocratische grondslag, maar hierover werd een principiële en heftig debat gevoerd. De vernieuwde ideologische uitgangspunten resoneerden vervolgens in de achtereenvolgende programma's. De PvdA radicaliseerde in deze periode onder invloed van Nieuw Links en stelde in 1977 een uitgesproken ideologisch getoonzet beginselprogramma op – net als de VVD op haar manier met het zogeheten *Liberaal manifest*. Eigenlijk had het in 1966 opgerichte D66 nog het meest van het *catch all*-partijmodel. De zich aanvankelijk 'pragmatisch' noemende Democraten waren wars van ideologische aanduidingen, maar hun partij zou zich gaandeweg in sociaalliberale richting ontwikkelen (Hansma en Lucardie 2021, 80-83). Niettemin zouden tegen het einde van de twintigste eeuw de ideologische tegenstellingen tussen de grote partijen gaandeweg wat vervagen, zoals zichtbaar werd in de regerings-samenwerking van de voormalige politieke aartsvijanden PvdA en VVD (in 1994-2002 en 2012-2017).



9 | De PvdA maakte in de jaren tachtig gebruik van de expertise van opiniepeiler Maurice de Hond (uiterst links). Tijdens een campagedag in oktober 1985 licht hij de plannen voor de gemeenteraadsverkiezingen van 1986 toe, samen met campagneleider Peter Kramer (midden) en partijvoorzitter Max van den Berg. Fotograaf: Rob C. Croes. Nationaal Archief.

Het lijkt er wel op dat met de ontzuiling in de verkiezingscampagnes issues een grotere plaats zijn gaan innemen (Koole 1992, 367-369). De gevestigde partijen werden zich in de loop van de jaren zestig bewust van het feit dat hun relatie met de achterban aan het veranderen was en dat het in campagnetijd niet langer volstond de principes ('beginselen') of levensbeschouwing van de partij uit te dragen. Kiezers werden gevoeliger voor het gevoerde beleid en reageerden daarop in het stemhokje. Ook het vermogen van politici om de voorliggende vraagstukken effectief aan te pakken vormde voor de kiezers een belangrijk beoordelingscriterium (Manin 1997). Partijen kregen er belang bij om campagne te voeren op enkele sterk bij de kiezers levende vraagstukken (Van Thijn 1966). Electoraal onderzoek ontwikkelde zich daardoor tot een onmisbaar onderdeel in de voorbereiding en uitvoering van de campagne. Het tempo waarin partijen veranderingen doorvoerden in hun wijze van campagnevoering verschilde sterk, maar de trend was vanaf de jaren zestig duidelijk aanwezig.

#### PROFESSIONALISERING EN PERSONALISERING

De ontdooiing van de West-Europese partijstelsels leidde volgens de Italiaanse politicoloog Angelo Panebianco (1988) tot een sterkere electorale gerichtheid van politieke partijen. Hij onderkende de ontwikkeling in de richting van catch-all-partijen zoals die door Kirchheimer is geschetst, maar gaf aan dat dit ook ingrijpende gevolgen heeft voor de organisatie van partijen. Door hun afnemende maatschappelijke worteling, onder meer als gevolg van aanhoudend ledenverlies, kunnen zij via hun actieve leden steeds minder het contact onderhouden met de *classe gardée* of de *Stammwähler* van de partij. Partijen zijn daardoor sterker aangewezen op de berichtgeving in de steeds onafhankelijker functionerende media. Het vertrouwen van de kiezer in de politieke leiders neemt daarnaast in belang toe; niet langer zijn deze de vertegenwoordiger van de beginselen van een partij maar bepalen ze in sterke mate het profiel in de campagne. Tegen deze achtergrond zag Panebianco in de tweede helft van de twintigste



# 1 VERKIEZINGSCAMPAGNES TIJDENS HET DISTRICTENSTELSEL 1848-1917

De grondwet van 1848 introduceerde de directe verkiezing van de Tweede Kamer – zij het aanvankelijk door een gering deel van de bevolking, en in kiesdistricten –, maar het zou nog enkele decennia duren voordat er voorafgaand aan de verkiezingen werkelijk campagne werd gevoerd. Enerzijds vonden de Kamerkandidaten een beroep op de kiezer niet gepast, anderzijds beoordeelden de kiezers de Kamerkandidaten vooral op hun karakter, aanzien en onafhankelijkheid, en veel minder op basis van hun politieke opvattingen. Politieke partijen waren er nog niet; zij werden geassocieerd met facties en zouden op gespannen voet staan met de behartiging van het algemeen belang (Eskes 1991). Hierin kwam in de periode na 1870 verandering, toen ‘partijchap’ positiever werd gewaardeerd. Daarmee kwam ook de verkiezingscampagne op gang, met daarin een belangrijker wordende rol voor de politieke partijen, die in deze tijd werden opgericht. Aanvankelijk werd de campagne in de publieke ruimte vooral in geschrifte gevoerd, met brochures, strooibiljetten en krantenadvertenties. Zo rond 1890 kwam daar het gesproken woord bij: voor- en tegenstanders gingen met elkaar in debat tijdens speciale bijeenkomsten.

In dit hoofdstuk worden de verschillende fasen in de ontwikkeling van de verkiezingscampagne tijdens het beperkte kiesrecht en het districtenstelsel

beschreven. Een aantal onderdelen van die campagne zouden na de grondwetswijziging van 1917, die leidde tot het algemeen kiesrecht en het stelsel van evenredige vertegenwoordiging, blijven bestaan: het gedrukte materiaal, het huisbezoek en het debat.<sup>1</sup>

## ONPARTIJDIGHEID EN STANDSBESEF

In 1848 werd met de nieuwe grondwet het directe kiesrecht voor de Tweede Kamer ingevoerd, zoals dat tegenwoordig nog steeds geldt. Van het huidige algemeen kiesrecht was echter nog geen sprake. In de eerste plaats mochten alleen mannen (van 23 jaar en ouder) kiezen; het zou tot 1919 duren voordat vrouwen hun stem konden uitbrengen. Verder was het electoraat beperkt door de census: kiezers moesten een bepaald bedrag aan directe belastingen betalen. In 1853 bezat bijna elf procent van de mannen van 23 jaar en ouder het kiesrecht (zie ⇨ 2 in de inleiding). De census had tot doel het kiesrecht te beperken tot degenen die vermogend waren en daarmee belang hadden bij het in standhouden van de maatschappelijke orde, en zij die voldoende ontwikkeld en onafhankelijk waren om een ‘goede’ keuze te maken (De Jong 2018). Het belastingstelsel werkte echter zo grillig dat vele door de Kieswet beoogde geschikte mannen buiten de boot vielen en vele ongeschikte personen (onder wie analfabeten) werden toegelaten. Het kwam zelfs voor dat Tweede



1.5 | 'Debat vrij': de SDAP liet debaters toe op haar vergaderingen. Aankondiging van een vergadering in een van de Amsterdamse kiesdistricten (1905). IISG, SDAP-archief, Federatie Amsterdam, inv.nr. 267.



1.6 | Ingevuld stembriefje uit 1848 in het district Venlo. C.L.H. Bontamps werd niet verkozen. Hij legde het af tegen P.L. de Lom de Berg. Persoonlijke collectie Ron de Jong.

De nieuwe Kieswet van 1896 maakte ook grotendeels een einde aan het rechtstreeks onder druk zetten van kiezers om op een bepaalde kandidaat te stemmen. De introductie van het stemhokje en van de kandidaatstelling maakten het mogelijk dat invulling van het stembiljet in het geheim plaatsvond. Voorheen waren er op het stembureau geen stemhokjes aanwezig geweest; de kiezers kregen enkele weken voor de verkiezingen hun stembiljet toegestuurd dat ze thuis dienden in te vullen en op verkiezingsdag op het stembureau in de stembus konden deponeren. ⇨ 1.6 Meer dan voorheen moesten partijen en kandidaten de kiezers overtuigen. Zo ontstond tussen 1897 en 1917 een levendige electorale cultuur, die verschilde van district tot district. Die cultuur was afhankelijk van de krachtsverhoudingen in een district, van de opvattingen van de bovenliggende partij over een 'goede' verkiezingscampagne, en van het karakter van het district.

#### KIESDISTRICTEN EN PARTIJEN. DE DIVERSITEIT VAN VERKIEZINGSCAMPAGNES

Nederland was tussen 1896 en 1917 verdeeld in honderd kiesdistricten. ⇨ 1.7 De kenmerken van die districten liepen sterk uiteen (De Jong 2005b). Er waren stadsdistricten, die samenvielen met de grenzen van een stedelijke gemeente, zoals Groningen, Arnhem en Leiden. De vier grote steden telden zoveel inwoners dat ze in verschillende districten waren opgedeeld. Amsterdam spande de kroon met negen kiesdistricten. De stadsdistricten hadden een eigen electorale dynamiek, die in belangrijke mate bepaald werd door de geringe oppervlakte, de relatief vele kiezers en het ontwikkelde partijwezen. Partijen belegden er regelmatig openbare vergaderingen en manifestaties, die volop de aandacht trokken van de veelal partijdige pers. Een opkomende massapartij als de SDAP drukte sterk haar stempel op de campagnecultuur in de grote steden, veel meer dan

1.7 | Op deze kaart uit 1901 is voor elk kiesdistrict met kleuren de uitslag aangegeven. De Jong, Van der Kolk en Voerman (2011).



The Continental  
**Bodega Company**

## 127 BODEGA'S

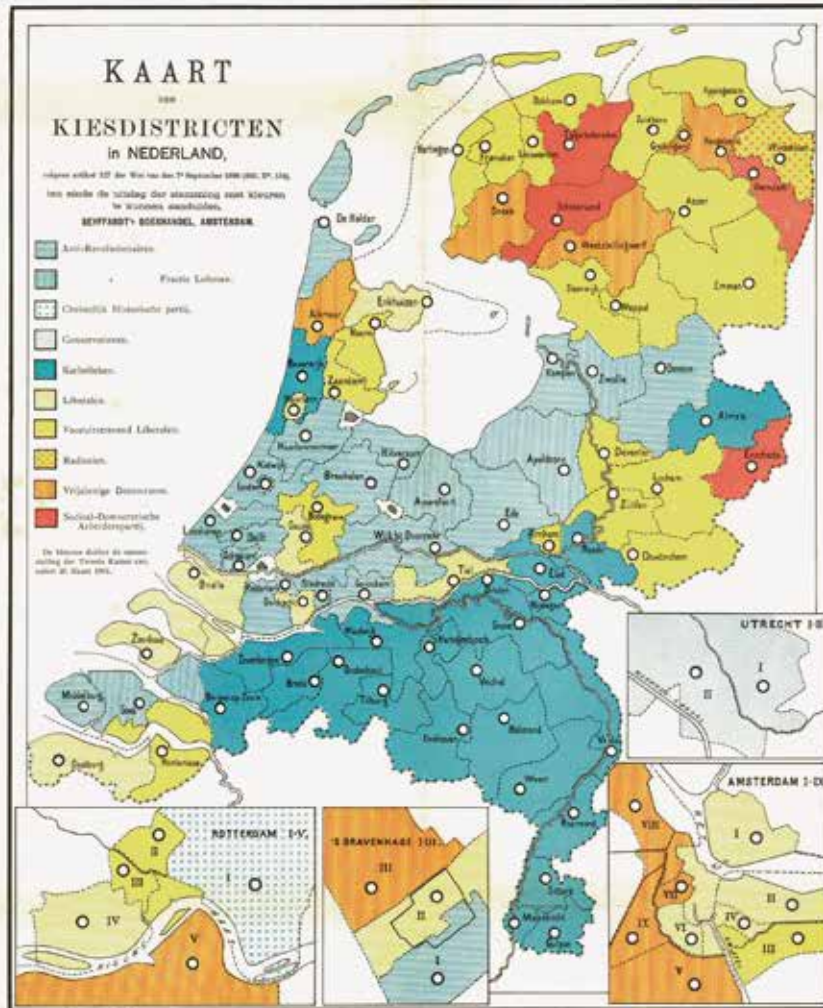
### FILIALEN IN NEDERLAND:

		Telken later
AMSTERDAM,	234 Kalverstraat b.d. Munt.	214
"	20 Vijgendam over de Beurs.	2310
DEN HAAG,	40 Lange Poten.	346
"	1 Prinsstraat over het Postkantoor.	655
SCHEVENINGEN,	9/10 Galerie du Kurhaus (Landzijde).	53 s
ROTTERDAM,	5 Kolkade bij Station Beurs.	1413

benevens 72 Sub-Filiale en Dépôts in Nederland.



Grootste Specialiteiten in Sherry, Port, Madera,  
Bordeaux, Champagne, Cognac, Whisky.



Grootste Specialiteiten in Sherry, Port, Madera,  
Bordeaux, Champagne, Cognac, Whisky.

## 127 BODEGA'S

### FILIALEN IN NEDERLAND:

		Telken later
AMSTERDAM,	234 Kalverstraat b.d. Munt.	214
"	20 Vijgendam over de Beurs.	2310
DEN HAAG,	40 Lange Poten.	346
"	1 Prinsstraat over het Postkantoor.	655
SCHEVENINGEN,	9/10 Galerie du Kurhaus (Landzijde).	53 s
ROTTERDAM,	5 Kolkade bij Station Beurs.	1413

benevens 72 Sub-Filiale en Dépôts in Nederland.

The Continental  
**Bodega Company**



## COLOFON

### UITGAVE

WBOOKS, Zwolle  
info@wbooks.com  
wbooks.com

### TEKST

Ron de Jong  
Harm Kaal  
Philip van Praag  
Gerrit Voerman

### VORMGEVING

Riesenkind, 's-Hertogenbosch

© 2025 WBOOKS Zwolle / de auteurs  
Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere wijze, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

De uitgever heeft ernaar gestreefd de rechten met betrekking tot de illustraties volgens de wettelijke bepalingen te regelen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

ISBN 978 94 625 8661 1  
NUR 680

Deze uitgave is mede mogelijk gemaakt door het Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen (DNPP) en het Radboud Institute for Culture & History

 WBOOKS