

Exploring Dutch politicians' (social) media visibility during election campaigns

by

Arnout Terpstra

S2112884

a.terpstra-1@student.utwente.nl

Submitted in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Science, program Public Administration, University of Twente

2021

Supervisors:

Martin Rosema

Joris van Hoof

Acknowledgements:

Robert Muster from the behavioural data science incubator (BDSI)

Words:

13810

Abstract

This master thesis examines the relationship between politicians' visibility in online and offline media during election campaigns. Moreover, this study explores the possible agenda-setting effects that social media has on traditional media while taking into account possible moderating variables such as gender, age or the list position of a politician. This is done by formulating several research questions which help to ultimately answer the following main research question: *To what extent does a politicians visibility on social media influence their visibility in traditional media?*

While scientific literature on social media in politics is quite extensive, scientific literature on the specific agenda-setting effect of social media on traditional media is not. The studies that were conducted on this topic have in general found a positive effect of social media visibility on traditional media visibility, while the use of social media in general (and in politics) is rapidly increasing as well. The main hypothesis of this study, therefore, states: Visibility on social media positively affects the visibility of MP candidates in traditional media.

To test the hypotheses and answer the research questions, data was collected for all 150 elected candidates from the 2017 Dutch general election, covering each 15 days prior to the election day. The data consists of Twitter data (428574 tweets) and newspaper articles (1783). Additional data was collected for party leaders only, over the same period before the election day of every national election during the past decade (2010-2020), in order to investigate the development of social media in Dutch election campaigns. The collected social media data consist of tweets that mention one of the 150 MP candidates using their Twitter username, whereas the collected newspaper articles all require a reference to a politicians' full name (first name + last name).

To test this hypothesis and formulate an answer to the research questions, two sets of data were collected, which are analysed in two sections (section A & section B). Primarily, data was collected on the Dutch general election of 2017, containing data on all 150 MP candidates. This dataset consists of Twitter data (428574 tweets) and newspaper articles (1783) and was collected on the last 15 days prior to the election day. Furthermore, data was collected on all the national elections (both parliamentary and provincial council elections) in the past decade (2010-2020), including only party leaders. This data was collected on the last 15 days prior to each election day as well and contains a total of 654069 collected Tweets and 5320 newspaper articles. The collected social media data consist of tweets that mention one of the 150 MP candidates using their Twitter username, whereas the collected newspaper articles require a reference to a politicians' full name (first name + last name).

The results show that evidence was indeed found for a positive relationship between politicians' visibility on social media and their coverage in the traditional media. Additionally, the findings show an increasing role of social media in Dutch politics, mainly caused by the social media coverage of populist politicians on social media. Moreover, the findings show that the lion's share of (social) media coverage for these 150 MP candidates, concerning coverage for party leaders. Furthermore, no evidence was found that personal characteristics such as 'age' and 'gender' significantly affect this relationship.

The findings of this study indicate that the role of social media as such is rapidly increasing. Besides this, it also shows that it has a clear agenda-setting effect on the traditional media, underlining the increasingly important role of social media in election campaigns.

Table of contents

Abstract	2
Table of contents.....	3
1. Introduction.....	4
2. Theoretical framework.....	7
2.1 Traditional media	7
2.2 Social media.....	8
2.2.1 Twitter	9
2.3 Agenda-setting	10
2.4 Intermedia agenda-setting	11
2.4 Election campaigns.....	12
2.5 Social media in election campaigns.....	13
2.6 Visibility	14
2.7 The coexisting of both media	14
2.8 The case of the Netherlands.....	15
2.9 Who is leading the campaign charts?.....	16
2.10 Conclusive.....	17
3. Data and methods	18
3.1 Data collection.....	18
3.2 Traditional media	18
3.3 Social media.....	19
3.4 Independent variables.....	20
3.5 Descriptive statistics.....	20
4. Results	22
4.1 Section A	22
4.2.1 Personal characteristics.....	24
4.3 Section B	28
5. Discussion	30
5.1 Influence of social media on traditional media.....	30
5.2 Personal characteristics.....	30
5.3 The changing role of social media	31
5.4 Implications	31
5.5 Limitations and future research	32
References.....	34
Appendix 1. Twitter usernames Name.....	51
Appendix 2. Full list of news articles	55

1. Introduction

This study aims to examine the influence of social media on traditional media in election times. More specifically, the influence of politicians' visibility on social media on their visibility in traditional media will be explored. In order to find a relationship between a politicians' visibility in traditional media and social media, this study will compare MP candidates' media coverage during the last 15 days prior to the Dutch general election of 2017. Furthermore, the dynamics behind MP candidates media visibility will be explored, building on an earlier conducted study over the 2012 Dutch national elections.

In a study published in 2018, by Sanne Kruikemeier, Katjana Gattermann and Rens Vliegenthart (2018), have explored the influence of a candidates visibility in traditional media on social media, and vice versa. They have studied this relationship between a politicians' visibility on social media and traditional media, in the last 15 days prior to the general elections in the Netherlands in 2012. This study was published in 2018, which included data from the last 15 days prior to the election day in March 2012, from the 150 elected Dutch MPs. In this study, they have examined the extent to which politicians' visibility in traditional news coverage explains individual politicians' visibility on social media and vice versa. The data they have used to compare the two consists of 2736 newspaper articles (traditional media) and almost 78.000 Facebook and Twitter mentions (social media). This study will thus partly be a replication of an earlier study, except for the fact that, because of limited resources (time and money), this study will focus solely on the influence of social media on traditional media, in the context as described above, and not vice versa. Therefore, for this study, the following research question has been composed:

Research question:

To what extent does a politicians visibility on social media influence their visibility in traditional media?

As already mentioned, this study will differ from the study from Kruikemeijer et al (2018), because this study will focus specifically on the influence of social media on traditional media, in order to find out to what extent this influence has changed in the past decade, and how it has changed. The reason for this focus can be found in the growing use of social media in general (see figure 1.1) (Ortiz-Ospina, 2019) (Clement, 2020) and the growing use of social media in politics (G. Enli, 2017)(Dimitrova & Matthes, 2018).

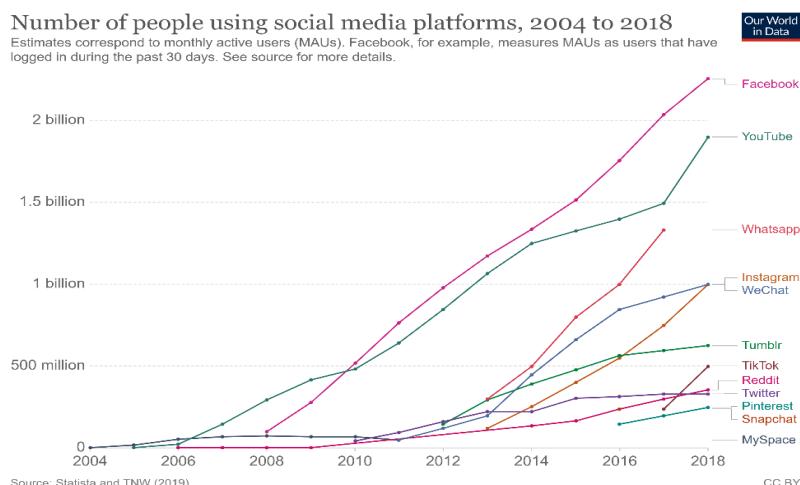


Figure 1.1, Increasing use of social media worldwide (Ortiz-Ospina, 2019).

As figure 1.1 shows, there's a global increase in social media use in the period between 2012 and 2017 (and beyond), Raynor de Best from Statista found that social media use in The Netherlands is increasing as well. With Facebook and WhatsApp as the most popular apps, the social media penetration (the share of the population that uses social media) in the Netherlands rose to 61,25% in 2018 and is expected to keep growing until at least 2024. (De Best, 2020). On the other hand, there is a strong decrease in the circulation of paid print runs by Dutch newspapers (see figure 1.2). So opposed to the strong increase in social media use, and seemingly correlated in time, is a strong decrease of traditional media. This makes it interesting to study if, and to what extent, newspapers are influenced by these 'new' forms of media. Moreover, this study aims to explore the dynamics behind these media, by investigating which (type of) politicians tend to receive more or less attention in different types of media.

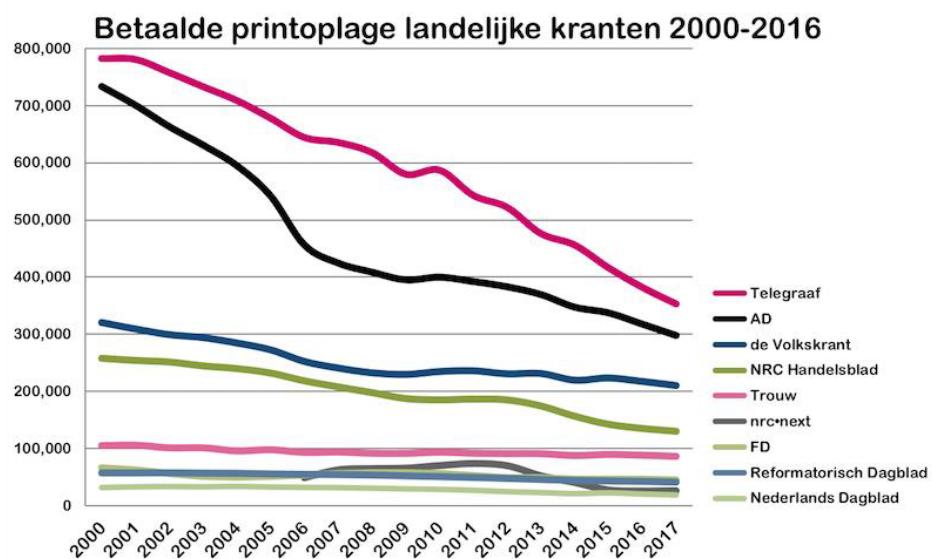


Figure 1.2, Paid print circulation of national newspapers (Bakker, 2018).

These figures show clearly that printed newspapers are struggling to compete with the rise of these new media platforms. However, the decline in print runs does not tell a complete story. Printed newspapers and social media are becoming more intertwined as the use of social media by traditional media outlets has strongly increased in the last decade (Paulussen & Harder, 2014). It becomes clear that journalism as such, and newspapers, in particular, are experiencing major changes due to the rapid technological developments of the 21st century. Traditional news media seem to become more personal and subjective in the manner in which they get their message across (Welbers & Opgenhaffen, 2018). These developments show urgency in understanding the dynamics behind social media campaigns since it seems inevitable that this is the future of political campaigning.

As mentioned before, this study will (partly) be a replication of an earlier study. The importance of replication studies is increasingly valued (Penders, Holbrook, & de Rijcke, 2019). For example, the NWO (Dutch organization for scientific research) has recently funded a third series of replication studies, underlining the importance of it. By (partly) replicating a study, results can be compared over time, which makes it possible to establish a development or a trend over time (Park, 2004). In this case, especially, a relationship can be established between the increasing use of social media and its influence on political campaigning.

The relevance in (partly) replicating this study lies with the rise of social media between the moments of measuring. The results of the first study could serve as a baseline measurement for this research, which makes it possible to compare these outcomes and draw conclusions over the development of the results. Furthermore, social media in politics has been a hot topic in scientific research over the last decade, and it has played a big role in numerous major international political events, such as the Brexit referendum, the Arabic spring, the election of Donald Trump in the USA or the global rise of populism (Enli, 2017b) (Fuchs, 2018, pp. 1–3). It could be argued that these events, and especially the general reaction to these events, uncover a lack of understanding of the dynamics behind the social media political campaigns, by the traditional political powers and media. By replicating this study and comparing the results, it can thus be established if (and how) the influence of social media on traditional media in political campaigning in the Netherlands has changed.

For this research, the most prominent article to use is the study conducted by the researchers of the UvA in 2013, since I will be replicating this study to a large extent. In this study, Kruikemeier et al (2018) found that the traditional news agenda and social media agenda impact each other, but the reciprocal influence is not independent of politician characteristics. The characteristics that they have used to measure this influence vary from gender, age to a politicians list position, left-right scale and extremism scale. In order to measure visibility in traditional news media, they have chosen to select 12 major Dutch newspapers, in which they have simply measured the number of mentions a politician has had in the last 15 days prior to the election day.

Election campaigns and (social) media

Besides this article, lots of research has been conducted on the topic since. Media coverage during election campaigns is crucial for politicians that seek to be (re-)elected in the parliament and politicians often fight for (social) media attention during these periods (Rao, 2019). The introduction and mass adaption of social media platforms have provided politicians with a new tool to generate attention and connect to their (potential) electorate (Dimitrova & Matthes, 2018). Where traditional news media are bound to the focus of the journalists and/or to limited recourses (time, money), social media is, in principle, not restricted by any of these factors. Studying the news coverage of MP candidates in the last weeks of their campaigns can, therefore, contribute to the understanding of the dynamics and importance of politicians' visibility during their campaigns.

Furthermore, Dijck and Poel (2013) explain in a study that social media platforms have penetrated deeply into the mechanics of everyday life, affecting institutional structures, people's personal interactions and professional routines. Therefore, they have examined the intricate dynamic between social media platforms, mass media, users, and social institutions by calling attention to social media logic — the norms, strategies, mechanisms, and economies — underpinning its dynamics. They characterize social media by a set of principles defined as 'social media logic', derived from the theory of 'media logic' and they have found that, for a large extent, social media logic follows the same principles as (traditional) mass media logic.

This media logic is explained in a study on social media logic and its interconnectedness with both distinct professions journalism and politics. This research, conducted by Enli and Simonsen (2017) analyses one of the key principles of social media logics, connectivity, an advanced strategy of algorithmically connecting users to content and other users in social media. One of the key findings in this study is that both journalists and politicians' use of social media is still closely connected to their professional norms and that the 'social media logic' is still closely related to the 'media logic' theory of traditional media (Enli & Simonsen, 2017).

2. Theoretical framework

In this theoretical framework, relevant scientific knowledge will be explored relating to the functioning of (social) media in politics. Moreover, special attention will be given to the role of (social) media during election campaigns. Therefore, this chapter will explore the scientific knowledge on traditional media and social media as such, whereafter it will specify further on the (intermedia) agenda-setting dynamics in relation to election campaigns. Furthermore, the concept 'visibility' will be discussed in order to formulate a hypothesis on the expected outcomes of this study. Last but not least, the specific Dutch political situation will be discussed, so relevant scientific knowledge can be placed into the context of this study.

As discussed in the introduction, news coverage is of great importance for politicians during election campaigns in order to get their message across to and be seen by the electorate. Media visibility could therefore contribute to successful electoral outcomes, which in turn could cause major political shifts. This media visibility, however, is traditionally based on journalistic selection criteria, so consequently not every candidate receives the same amount of coverage (Wahl-Jorgensen & Hanitzsch, 2019). This media bias has a considerable impact on people's actions and vote choices (Polk et al., 2017), while at the same time the personalization of politics becomes more dominant in the contemporary digitalized media environment, as digital communication enables politicians and citizens to come closer together (Kruikemeier, 2013). This digital communication mostly flows through personal social media accounts of politicians, which increase the personalization of politics and has the potential to enhance a successful electoral outcome (Kruikemeier, 2014). Given these developments, questions about the underlying dynamics of the relation between social media and traditional media arise. This study aims to contribute to the knowledge about the dynamics of politicians' media visibility by answering the following main research:

To what extent does a politicians' visibility on social media influence their visibility in the traditional media? (RQ1)

Moreover, as discussed in the introduction, the advent and rise of social media seem to change the manner in which this media platform is and can be used. Therefore, this study seeks to explore the dynamics of social media during election campaigns, which is translated into the following research question:

To what extent has the role of social media in Dutch election campaigns changed over the past decade (2010 – 2020)? (RQ2)

In this theoretical framework, relevant scientific literature will be discussed in relation to the main research question of this study, to formulate an expected, but preliminary, answer to the general research question. Furthermore, important concepts such as social media, traditional media, agenda-setting and visibility will be explored in relation to the setting of this study.

2.1 Traditional media

Traditional media can be described as the mass media institutions that dominated the media landscape prior to the Information Age, consisting of offline media outlets in printed media, film and/or music studios, radio and television (The Wall Street Journal, 2005) (Peterson, 2005). Or as stated by Tosun and Donmez (2019, p. 362): "Traditional media constitutes a set of media covering media channels such as television, newspapers, radio, and magazines." These media traditional media institutions can be characterized by their centralized organizations that communicate with one-way technologies towards a mostly anonymous audience. These characteristics of the traditional

media caused election campaigns to be aimed at broad audiences through print advertising, television commercials, billboards and more.

As mentioned in the introduction, with the increasing usage of social media, trust in traditional media is declining. With the entrance of social media in the political domain, everyone who wishes to be could be some sort of journalist. Furthermore, because people nowadays belong to certain online bubbles, the news which they get to see differs from what people in other bubbles see. While in traditional media different perspectives are just as common, the increasing role of social media has made journalism more fragile, in the sense that everybody could claim to be a journalist online. With this increase in social media usage, terms like alternative facts and fake news have emerged widely on the Internet and even up to the White House. (Barrera, Guriev, Henry, & Zhuravskaya, 2020)

2.2 Social media

Social media can be defined as interactive, computer-mediated technologies that facilitate the creation and/or sharing of information, ideas, personal interests, political views, career interests and other forms of expression via virtual communities and networks (Kietzmann, Hermkens, McCarthy, & Silvestre, 2011) (Obar & Wildman, 2015). The growing number of social media services cause an increasing variation between these applications, which makes it more difficult to define the concept of 'social media' as a whole.

There are, however, some common features to acknowledge:

Social media are interactive, Web 2.0 Internet-based applications

Social media exist in user-generated content. Text posts, photo or video uploads or comments all generate interactive content, of which social media platforms exist.

Personal profiles of users are created, by users, for the website or app, which are designed and controlled by the app builder/owner, the social media platform.

Social media platforms enable and facilitate the creation of (large) online social networks, by enabling user profiles to connect to other personal and/or group profiles (Obar & Wildman, 2015) (Kaplan & Haenlein, 2010) (Boyd & Ellison, 2007).

Social media are digital media, and therefore accessible via web-based apps on desktops or laptops or on downloaded applications that are functionally developed for easy use on mobile devices such as tablets or smartphones. As users engage with these social media, these electronic services evolve into highly interactive platforms, on which individual users, organizations and/or (online) communities can share, co-create, participate, modify and discuss user-generated content or self-curated content posted online. Scholars have sought to explain the phenomenon of social media from lots of different perspectives, as did Fuchs (2017), who elaborates on the social aspects of social media, in relation to social sciences, social developments and Internet characteristics. But the best explanation for the word 'social' in social media may be the aspect of interactivity on social media. Whereas traditional media mainly serves as a sending platform, through which journalists, editors or bloggers send information to an audience, social media provide a platform on which the audience can become an author. This interactivity has enabled 'normal' people to become online opinion-makers or influencers and has fundamentally changed the manner in which individuals, groups or organizations interact and communicate. Moreover, social media have introduced substantial changes to the manner in which organizations, communities and individuals gather and share information, resulting in new forms of opinion-making, marketing, communication, networking and campaigning.

The revolution that social media has caused in our way of life can be expressed, like many aspects of life in capitalistic societies, in money. As mentioned before, political campaigning was traditionally done using ads on radio, television or in newspapers. This has changed dramatically over the years, Barack Obama was the first presidential candidate in the US who used social media advertisement in his 2008 election campaign. In this year, 2008, all candidates combined spent around \$22 million on online political advertisement, which has exploded to a staggering \$1.4 billion spent by all candidates in 2016 (Nott, 2020)

This steep increase in spending on social media, in combination with the increasing use of this new media platform, is a cause for the formulation of the first hypothesis of this study: The influence of social media on politicians' visibility in traditional media has grown between 2012 and 2017 (H1).

2.2.1 Twitter

In the last decade, Twitter has evolved from a small 'microblogging platform' to one of the most powerful, if not the most powerful, social media platform in the public debate. It is used all over the world by artists, journalists, politicians, sportsmen and many more as a platform on which important announcements, opinions and news are communicated, conveyed and monitored (Ahmed, 2019).

The emerging of Twitter as a global microblogging platform has brought politicians new communication methods, through which they can address the electorate in an unmediated manner. Twitter has an estimated 325 million users in July 2020 but is, in comparison with market leader Facebook (2,6 billion users), a relatively small player. In the Netherlands, the share of Twitter users compared to other leading social media platforms is relatively small as well (see figure 2.1). However, the attractiveness of Twitter lies in its democratic appeal, the 140 character messages, being the channel of choice for most journalists, opinion leaders and politicians to communicate social-cultural and political views (Broersma & Graham, 2012). So although Twitter is most certainly not the largest social media platform, it is the most political social media platform. (Statista, 2020)

Number of individuals using the leading social media platforms in the Netherlands in 2020, by social network (in million users)

Social media penetration in the Netherlands 2020, by social network

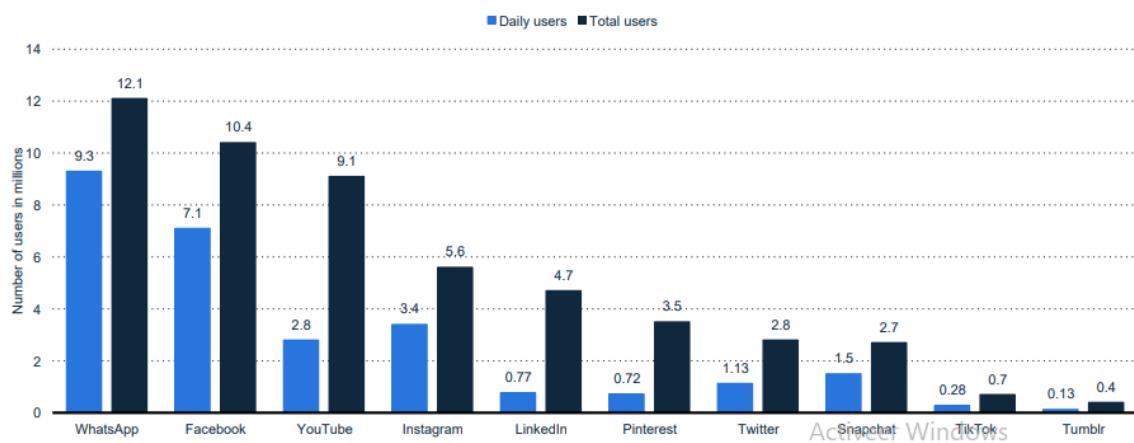


Figure 2.1, Number of social media users per platform

Total number of Twitter users in the Netherlands from 2013 to 2020 (in millions)

Number of Twitter users in the Netherlands 2013-2020

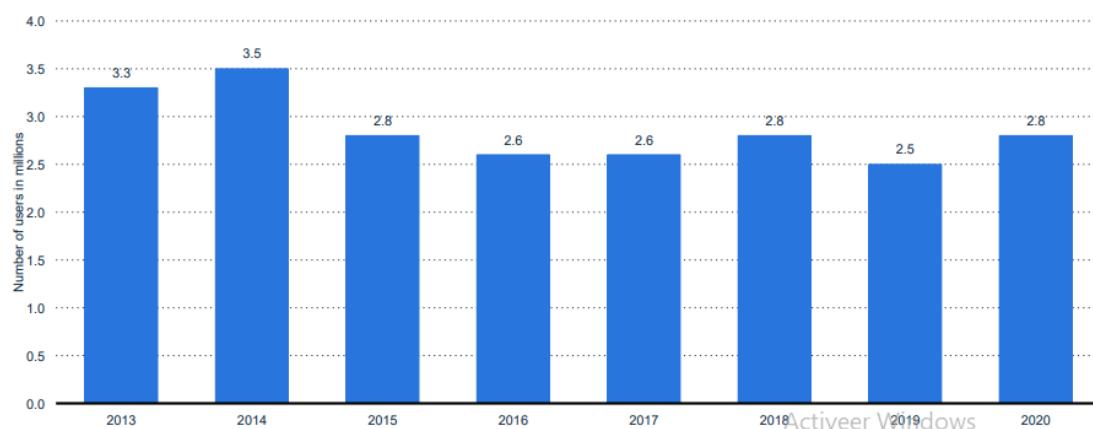


Figure 2.2, Number of Dutch Twitter users

Other platforms often used for politics are the major platforms Facebook and YouTube, but the share of political-related posts there is much smaller than on Twitter (Statista, 2020). Furthermore, the power of Twitter has been shown during some major political upsets such as revolutions, treaties, wars, elections or referenda. Such big events have enabled Twitter to increase in influence, but also have been powered by the influence of Twitter (Singer & Brooking, 2018). Examples of this are easy to find, whether it was the Brexit referendum 2016, the election of Trump in the USA, the Arab Spring, or social movements such as Occupy or #metoo, the power and influence of Twitter as a platform is clear to see. These, much different, events show the power of Twitter in mobilizing large groups of people, who were mobilized and organized through Twitter in order to steer political outcomes, making it the social media platform to go for most journalists.

2.3 Agenda-setting

The strength of Twitter in mobilizing and organizing large groups of people have had a great impact on traditional media. Where traditional media had a monopoly on the gathering and distribution of news before social media, the influx of social media has brought as many new opportunities as dangers for them. Journalistic principles and normalities suddenly did not matter as much in this new digital day and age (Morris, 2017). It is, therefore, important to explore the manner in which events become news, which can be done following the agenda-setting theory.

The agenda-setting theory describes the ability of the (news) media to exercise influence on the importance placed on the topics of the public agenda. This is achieved by creating public awareness and concern on salient topics via news media. The agenda-setting theory describes the manner in which media attempt to influence the public and establishing a hierarchical order of news prevalence. Examples of this theory can be found in the fact that nations with high political power and resources tend to receive more media exposure than (semi) peripheral countries. This media attention focuses not solely on political news, but this agenda-setting by media is caused by the media's biased aspects as cultural, economics and sporting events as well. This theory was developed by Max McCombs and Donald Shaw (2005), in a study on the 1968 American presidential election. From that point, agenda-setting has become a social science theory, which even attempts to make predictions. The general assumption of the theory is that news media have a great influence on the public debate since more frequently and prominently placed topics tend to be regarded as more important by the audience (McCombs and Shaw, 2005). In other words, by following the news media,

readers do not only get informed about a certain topic but also about the importance of it, based on the relative salience given to it by the journalist.

As mentioned before, media attention can be crucial for politicians and especially during election campaigns. Therefore, an understanding of traditional agenda-setting is important in order to understand the dynamics of politicians' visibility on social media in relation to visibility in the traditional media.

2.4 Intermedia agenda-setting

Intermedia agenda-setting describes the process in which media influence other media agendas, or simply: "those instances when the media agenda is shaped by other media" (Sweetser, Golan, and Wanta 2008, p199). This phenomenon can occur in several instances and is widely used for media analysis in social sciences, and political sciences in particular since the 1980s. It emerged as the fourth phase of agenda-setting research and was triggered by the fear that journalists' co-orientation may result in a high level of redundancy, consonance and homogeneity in the news media (DiMaggio & Boczkowski, 2011) (Vonbun, Königslöw, & Schoenbach, 2016). The main question to be answered by the research on intermedia agenda-setting was: 'When the media sets the public agenda, who sets the media's agenda?' (Rogers, Dearing, & Bregman, 1993). This question is important when analysing the public media agenda since it enables one to track down where attention for certain issues or individuals in the public media sphere has originated. Furthermore, Vliegenthart and Walgrave (2008) note that intermedia agenda-setting is a routinized and dynamic process of news diffusion, where coverage by one media outlet can be influenced by another.

Since McCombs and Shaw (1976), a vast amount of research has provided support for the agenda-setting hypothesis, showing that indeed news influences public concerns and not vice versa (Behr & Iyengar, 1985) (Scheufele, 2000) (Kim, Han, Choi, & Kim, 2012) (McCombes, Lopez-Escobar, & Llamas, 2000) (Wanta & Ganhem, 2007) (Weaver, 1991). This is interesting because it enables media outlets to steer the public debate and public concerns, which itself can have great political consequences. More recent research has debated the usefulness of the media agenda theory because of the increasing number of news platforms and, therefore, the larger extent of choice for news consumers in what news they want to expose themselves to (Bennett & Iyengar, 2008) (Bennett & Iyengar, 2010) (Holbert, Garrett, & Gleason, 2010). However, empirical research found that traditional news media are still the most prominent agenda-setters, although weakened in force by the use of multiple online news outlets (Shehata & Strömbäck, 2013).

Reasons for intermedia agenda-setting to occur

Intermedia agenda-setting occurs partly due to the phenomenon of journalistic co-orientation. Journalistic co-orientation is a part of the routinized news selection process. This can be explained by the fact that, as opposed to other professions, journalists previously did not have valid external criteria to measure the quality of their work. Co-orientation in this case helped to reduce the uncertainty of gathered information also by compensating for a lack of interaction with the public (Mathes & Pfetsch, 1991).

In contemporary times, journalistic co-orientation still plays a factor in a media's news agenda. Media outlets have lots of new possibilities of judging their work by interacting with their public or through web analytics (for example by measuring the number of clicks per article) (Karlsson & Clerwall, 2013) (Tandoc, 2014), and Lee, Lewis and Powers, (2012) have found that audience clicks do have a lagged effect on news placements. However, journalists' professional news judgement is still important to initially select and interpret in the first place (Karlsson & Clerwall, 2013). Moreover,

co-orientation could even be enhanced by the growing competition between different media outlets, market pressures and/or underfinanced and understaffed newsrooms who then depend on other media organizations as information providers (Kiousis, Kim, McDevitt, & Ostrowski, 2009).

As mentioned, intermedia agenda-setting can be caused by shortcomings (budgetary, staff, expertise, distance) of a media outlet, but it also occurs through different news media platforms. In a study on intermedia agenda-setting, Golan (2006) found that elite newspapers in particular impact television agendas, which was later supported by a study from Vliegenthart and Walgrave (2008), who found similar evidence. Furthermore, Protess and McCombs (1991) found that elite newspapers also impact the agenda of local newspapers, and Lee, Lancedorfer and Lee (2005) on their part found similar evidence regarding Internet news bulletins. Despite a large amount of research on this subject, most studies have been conducted in a media landscape wherein social media played little to no role whatsoever in the public debate. Therefore, it is interesting to compare these theories and literature to contemporary times, in which news is everywhere due to social media.

2.4 Election campaigns

The role of intermedia agenda-setting during election campaigns is not entirely clear. Despite evidence gathered by Vliegenthart and Walgrave (2008) that stated otherwise, other scholars believe that the increased competition between media outlets foster intermedia agenda-setting (Seethaler & Melischek, 2012) (Vonbun, Königslöw, & Schoenbach, 2016). Vonbun et al (2016) argue that, during election times, journalists are even more aware of the strategic goals and tactical methods of political actors. Whereas Vliegenthard and Walgrave (2008) argue that, during election times, intermedia agenda-setting is largely absent because news media are likely to follow political actors instead of other media, Vonbun et al (2016) note that, in an attempt to avoid being exploited by politicians and/or their PR staff in these times of high pressure, journalists watch each other even more closely to develop their angles.

Based on previous studies on intermedia agenda-setting, Vonbun et al (2016) has described four factors that could determine the intermedia agenda-setting role of media outlets during election campaigns. They argue that intermedia agenda-setting depends on 1) the production cycles of these media outlets (Vliegenthart and Walgrave, 2008), 2) each media system has opinion-leader media who are covering particular topics is commonly followed by other media outlets (Noelle-Neumann & Mathes, 1987), 3) certain issues are inherently more obtrusive than others (Soroka, 2002), 4) certain media outlets are closer to particular events than others, resulting in the fact that geographical proximity plays a role in the extent to which a certain issue is addressed with salience and the extent to which other news media follow this.

These four factors, however, (to some extent) exclude the increasing influence of social media in political campaigning. It could be argued that, with an increasing role for social media in political campaigning (Miladi, 2016) (Weeks, Ardèvol-Abreu, & Gil de Zúñiga, 2015), some of these factors require revising. However, traditional news media, such as newspapers, radio and television, are still found to be the most important platforms for public debate and the creation of the public agenda today (Rogstad, 2016). Although, in the contemporary media landscape, where old and new media coexist, the question arises of how these media platforms relate to each other.

Election campaigns and (social) media

Media coverage during election campaigns is crucial for politicians that seek to be (re-)elected in the parliament and politicians often fight for (social) media attention during these periods (Rao, 2019). The introduction and mass adaption of social media platforms have provided politicians with a new

tool to generate attention and connect to their (potential) electorate (Dimitrova & Matthes, 2018). Where traditional news media are bound to the focus of the journalists and/or to limited recourses (time, money), social media is, in principle, not restricted by any of these factors. Studying the news coverage of MP candidates in the last weeks of their campaigns can, therefore, contribute to the understanding of the dynamics and importance of politicians' visibility during their campaigns.

Furthermore, Dijck and Poel (2013) explain in a study that social media platforms have penetrated deeply into the mechanics of everyday life, affecting institutional structures, people's interactions and professional routines. Therefore, they have examined the intricate dynamic between social media platforms, mass media, users, and social institutions by calling attention to social media logic — the norms, strategies, mechanisms, and economies — underpinning its dynamics. They characterize social media by a set of principles defined as 'social media logic', derived from the theory of 'media logic' and they have found that, for a large extent, social media logic follows the same principles as (traditional) mass media logic.

This media logic is explained in a study on social media logic and its interconnectedness with both distinct professions journalism and politics. This research, conducted by Enli and Simonsen (2017) analyses one of the key principles of social media logics, connectivity, an advanced strategy of algorithmically connecting users to content and other users in social media. One of the key findings in this study is that both journalists and politicians' use of social media is still closely connected to their professional norms and that the 'social media logic' is still closely related to the 'media logic' theory of traditional media (Enli & Simonsen, 2017).

2.5 Social media in election campaigns

The factors as described above show a general view on intermedia agenda-setting theory during election times, excluding one new factor: social media. The increasing impact of social media around the world has been the subject of study by scientists in various fields, including politics and communication studies. Like other relatively recent major technological revolutions, like satellite TV and the Internet, social media can be viewed upon as an instrument of social and political change, because of the potential to connect communities and create unprecedented social networks (Miladi, 2016). Internet-based Web 2.0 technology, a group name that refers to websites/applications that emphasize user-generated content, participatory culture, ease of use and interoperability for end users, has enabled everyone to publish text, documents or images to large audiences. Moreover, it has enabled everyone to initiate discussions and articulate opinions on a platform that could be called a part of the 'new public sphere' or 'digital public sphere'. The opportunities for average citizens to access this public sphere have fundamentally changed this public sphere and therefore the media landscape (Rogstad, 2016) (Jenkins & Deuze, 2008) (Benkler, 2007) (Wagner, 2014).

Social media have changed the media landscape dramatically, media platforms do not only have to compete with these 'new media', but they are influenced by it as well. As mentioned earlier, the emerging of these new media has caused a steep decrease in print runs of newspapers, which has caused a shift in the revenue model of traditional media from subscribers to (online) advertisements and/or paywalls on selected online articles (Olsen & Solvoll, 2018). This change in revenue models for traditional news media has fundamental consequences for the manner in which they operate. By introducing paywalls and pay-per-click articles, journalistic content serves as a cause for digital traffic, which in turn generates revenues for the publishers. In this model, the media company itself has become both the owner and the advisor of the promoted services (Barland, 2020). This fundamental change, from a steady group of paying subscribers towards an enterprise that depends on advertisements and pay-per-view, makes it essential for media companies to create a buzz around their journalistic content, to compete with social media accounts and to ensure enough turnover.

For long, the general assumption was that campaign messages in the traditional media were more effective and credible than messages on social media. This, however, changed after the 2016 US election of Donald Trump, which turned out to be the most covered US election ever and with Trump the first election winner whose campaign has been largely run through social media (G. Enli, 2017b). In his study on the 2016 US election, Morris (2017) found that campaign messages about candidates sent via Twitter, regardless of the candidate of choice, resonate just as strong with their potential voters as campaign messages sent via the American newspaper USA Today.

2.6 Visibility

In order to draw conclusions on the influence of social media visibility on traditional media visibility for politicians, it is important to understand why certain politicians receive more attention than others. Therefore, it is important to not only look at the amount of coverage in both traditional and social media to draw conclusions but other possible reasons for politicians' media visibility should be taken into account as well. Different characteristics of politicians could enhance their newsworthiness and/or popularity, of which some could moderate the extent to which visibility in traditional media is influenced by visibility on social media. Therefore, it is important to note that traditional media agendas are essentially shaped by journalists' reporting priorities, which consequently implies a certain risk of bias because, as mentioned before, this journalistic selection influences the amount of coverage for politicians.

The social media agenda, however, is not shaped by a person and is, therefore, less vulnerable for agenda-setting based on a, potentially biased, personal point of view. Rather, this 'social media agenda' is (in the case of Twitter) "the product of various Twitter users' individual actions, and the reinforcing effects from retweeting" (Rogstad 2016, 2). In other words, the traditional media agenda is potentially more selective and/or biased than the social media agenda. This is also been shown by Salmon and Murray-Johnson (2013, p. 101) who noted: "Media agendas are limited, for example, in terms of the number of issues for which time, energy, monetary support, and attention that can be devoted to it." Contrary to this traditional media agenda, the social media agenda is not constrained in its selections by resources whatsoever.

2.7 The coexisting of both media

As mentioned before, there are lots of differences that can be identified between new (social) media and traditional media. The characteristics of the traditional media caused campaigns to be aimed at broad and anonymous audiences through print advertising, television commercials, billboards and more. Social media are different from these traditional in many ways, including quality, reach, frequency, interactivity and usability. This, in contrast to traditional media whom all operate in a mono-logic transmission model, one source send to many receivers, for example, the same newspaper is delivered to all subscribers, the same TV or radio commercial is aired for all viewers.

In comparison, social media allow politicians to target a narrow audience via, narrow targeted paid ads and search results. This enables politicians to reach a part of the electorate that is not used to participate in politics and is now 'microtargeted' by political campaigns that are designed for this group specifically. The use of these microtargeting strategies has become increasingly relevant since social media provided politicians enables politicians to optimize this strategy to unprecedented quality. The 2016 US election of Donald Trump turned out to be a turning point for social media use in election campaigns. Part of the successful election campaign of Trump was the contribution of a company called Cambridge Analytica (Ward, 2018). Cambridge Analytica, little known until the 2016 campaign, claimed to use big data to influence voter behaviour in an unimaginable and unprecedented manner. The company, later important and successful in the 'Leave' campaign for the

Brexit referendum (Manthorpe, 2019), sorted hundreds of millions of profiles, using data collected from social media networking sites. After some public outrage against the controversial and at least dubious methods used by Cambridge Analytica, the company suspended their operations in 2018, but have shown the world the unprecedented possibilities of social media and data in this information age (Ward, 2018).

Most literature on this subject suggests that the role of social media in election campaigns is becoming increasingly important. Based on a big data analysis, Neuman et al (2014) conclude that, in the light of media agenda-setting, social media are just as likely to precede traditional media as they are to follow it. Moreover, they state: "social media provide ample evidence that their characteristic issue attentiveness and issue framing are not slavishly dependent upon, but rather quite independent of, the voice of the traditional media, official institutional spokespersons, and professional journalism"(Neuman et al (2014, 211)).

In relation to the general research question of this study and based on the discussed literature, it is expected that politicians' visibility on social media has a large influence on their visibility in the traditional media. This is translated into the following hypothesis: Visibility on social media positively affects the visibility of MP candidates in traditional media (H2).

2.8 The case of the Netherlands

The Netherlands is a good case to investigate the role of social media on traditional media in politics because of several reasons. The political system enables Members of Parliament (MPs) to be elected via a closed-list system which allows preferential votes. Although the central role in Dutch politics is played by the political parties (Andeweg, 1997), there is an opportunity for MPs to get elected based on a high number of preferred votes, without regard to their party list position. Because of this, low-listed candidates could get elected to parliament based on preferential votes while they wouldn't be selected based on their list position (and thus the number of seats gathered by the party). On the other hand, these preferential votes could also generate leadership discussions. In such a case, the party leader (elected or appointed by the party) got fewer votes than another party candidate, who in turn could claim the party leadership based on the electoral outcome, which is exactly what occurred with the VVD (People's Party for Freedom and Democracy) in 2006. Mark Rutte, who had been elected as leader of the VVD over Rita Verdonk by minimal margins, received fewer votes than Verdonk in the general elections. Afterwards, Verdonk tried to claim the leadership of the VVD by openly and repeatedly pointing towards the electoral outcome (Verdonk 620.555, Rutte 553.200). Finally, it became clear that other VVD MPs supported Rutte, and while Verdonk left the party arguing, Rutte continued as party leader and eventually becoming one of the longest-serving Prime Ministers in Dutch history (Heese, 2006).

The above (pre-social media) example, perfectly show the opportunities for individual candidates within the Dutch political system. One could assume that such a leadership crisis could become even bigger with contemporary communication technologies such as social media. These opportunities for candidates to rise in power based on preferential votes also bring a chance to profile themselves more. Although the opportunities for personalized – instead of party incentives are there, it is not common to do so. Moreover, Louwerse & Others (2016, 779) even argued that "personalized electoral incentives are largely absent" in Dutch politics, but whether or not this is true, the political system does encourage individual candidates to profile themselves in trying to increase their notability with the electorate. Furthermore, the whole of the Netherlands constitutes a single

electoral district, which, according to Gattermann & De Vreese, 2017) deemphasizes local campaigning.

Besides these political characteristics that make the Netherlands an excellent case to study, the Netherlands is a leader in Internet use in Europe (Eurostat, 2019) and Dutch politicians are known as keen users of social media during election campaigns (Jacobs & Spierings, 2016). This is also backed by (Graham, Jackson, & Broersma, 2014), who found that Twitter has become one of the most used and important tools for political communication. Furthermore, they found that Dutch MP candidates, in particular, seem eager to engage with the electorate on Twitter. Other findings suggest that Twitter is extra popular among populist parties, Van Kessel (2016) show that the left-wing Socialist Party (SP) and the right-wing Freedom Party (PVV) both use Twitter to challenge the establishment by communicating their adversarial rhetoric and engage in a 'permanent campaign' against mainstream politics, not rarely by openly questioning and challenging mainstream media (Duin, 2017) (Steffers, 2020) (Rutten, 2020).

It is, therefore, not unexpected that the most active parties on social media are the PVV, DENK and Forum voor Democratie (FvD). In a study from the Erasmus Universiteit on the role of social media in election campaigns, they have compared both activity of the parties and the number of reactions, shares and likes that this activity generates. They have found that these, in Dutch politics relatively extreme parties from both sides of the political spectrum, were able to generate and attention and visibility for their cause and their politicians. For these parties, social media has become the manner in which they interact with their (potential) electorate. This is not surprising because the more radical political parties tend to engage much less in traditional media. A Twitter account, called the diversity watch, records the number of times a party has had a member as a guest at these tables. It is clear to see that the more centre- or left political parties are over-represented in relation to the more radical (populist) parties who hardly sit at these talk show tables (Diversiteitswatch, 2020). This fuels the distrust that the electorate of these populist parties tend to have against traditional or mass media(G. Enli & Rosenberg, 2018) (Holt, 2020).

2.9 Who is leading the campaign charts?

Media attention is often seen as crucial for politicians during election campaigns. Without the possibility to be seen by the general public, it is almost impossible for politicians to get their message across to their potential electorate. With the increasing popularity of social media in election campaigns, the question arises whether or not the division of media attention as we know it still holds to this day. Will the same (kind of) politicians that have dominated the political media in the past, still be able to attract as much media attention with the advent of social media? Or will the tables turn and can politicians who now lack mass media attention can make up for this with the use of social media? These questions are translated into the following research question: To what extent is the visibility of MP candidates in traditional media and social media affected by personal and party characteristics? (RQ3)

As mentioned before, lots of research is being conducted on the role of social media in politics, but not so much on the specific relation between traditional media and social media during election campaigns. A study that did explore this relationship, by (Harder, Sevenans, & Van Aelst, 2017), noted that both platforms are indeed closely related. They studied (social) media attention during the election campaign for the 2014 Belgium general elections, for which they have gathered Twitter data and traditional media data. And although there is lots of optimism about the opportunities that social media can bring to political campaigning, they show that MP candidates who suffer from a lack of mass media attention, still have trouble receiving more attention despite the advent of social media. They state: "Even though commenters have been optimistic about the new opportunities

Twitter may offer, enabling alternative candidates to be heard, our study shows that we should tone down these expectations, at least for now." (Van Aelst et al., 2016, pp. 715–732).

The reason for this can be found in the fact that there is a small elite group that dominates both the old and new media. This leads us to formulate the following hypothesis: A small group of MP candidates, predominantly party leaders will dominate both the old and new media discourse (H3).

Besides the place on the ballot, other personal characteristics could be a trigger for the extent to which MP candidates receive media attention. A salient point that has received a lot of attention in recent years is the difference in media coverage between male and female politicians. A recent article in the Dutch newspaper NRC Handelsblad claimed that female party leaders receive less media attention than their male counterparts (Takken, 2021). This is backed by scientific research as well, (Van der Pas & Aaldering, 2020) have shown that indeed female politicians tend to receive less attention in traditional media than male politicians. Furthermore, (Yarchi & Samuel-Azran, 2018) have found the same evidence, however, they have also studied the gender differences on social media and found that on social media, the tables are turned: "The evidence strongly indicates that social media provides greater opportunities for female politicians to promote themselves and improve their status in the political power play." (Yarchi & Samuel-Azran, 2018, pp. 978–995). This led to the formulation of the fourth hypothesis for this study: Female MP candidates receive significantly fewer media attention than their male counterparts (H4).

Besides these aspects, other personal or party characteristics may influence the extent to which politicians are visible in the media during election campaigns. One of these factors could be the age of MP candidates. Scientific literature is not clear on whether or not a politicians age plays a role in the extent of media visibility. Although there is some evidence that younger politicians tend to receive more media attention than older ones (Vos, 2014), the scientific literature is not clear about this. Therefore, there will be no hypothesis built upon the variable age, although this will be included in the analysis. Another factor that could influence a politicians media visibility is the type of party they belong to or the type of politician they are. Scientific literature shows that especially populist, and-or extreme politicians tend to receive a lot of (social) media attention (Vos, 2014). This is also shown by (Van Kessel, 2016) who have shown that especially populist politicians have used social media as a new tool for opposition. Therefore, the last hypothesis of this study is as follows: Populist or extreme politicians are more likely to receive social media coverage (H5).

2.10 Conclusive

The discussed literature suggest that, although traditional media have dominated the spectrum of election campaigns for a long time, social media have caught up quickly and seem increasingly dominant in their influence on the public debate. It seems clear that the old laws of (intermedia) agenda-setting and campaign strategies are partly obsolete and ineffective in comparison with the possibilities of new media. This, however, does not implicate that traditional media is irrelevant. Rather, research shows that proper journalism and covering of politics and politicians in newspapers is still important in election campaigns, but new media have added a new dimension to the media landscape and political campaigning that is becoming increasingly important and influential. It also suggests that the media world is becoming more and more diffuse since the emerging of social media. It becomes increasingly difficult to differentiate between media outlets or journalists since everybody with access to social media could be(come) some sort of journalists or activist.

3. Data and methods

In this section, the methods of research used in this study will be explained. In order to test the given hypotheses and formulate answers to the research questions, data from both social and traditional media is required. More specifically, data from Twitter and newspapers was collected in order to answer these research questions. Because data was collected on different time periods, the results will be displayed in two sections, section A and section B.

Section A refers to the data collected over the 2017 general election, which contains data of all 150 MP candidates. Therefore, the analysis in section A will elaborate further on the variables concerning personal characteristics such as gender, age and list position. In section B, the results including only party leaders concerning all national elections in the past decade will be analysed. The data collected for this section can help to formulate an answer to research question 2, regarding the changing role of social media in Dutch politics.

3.1 Data collection

The data used in section A of this study was collected on newspaper and social media visibility of Dutch MP candidates during the 2017 national general election campaign. Media coverage of all elected MPs (N=150) has been collected in a period of 15 days prior to the general elections on March 15th 2017 (28 February t/m 14 March 2017). Data was collected from both social media (Twitter) and traditional media (newspaper articles). Additionally, background information of the MP candidates has been collected, which includes both personal and party characteristics. Personal and party characteristics include gender, age, a politicians' list position on the ballot and whether their party was in government or not.

In order to give an explanation to the development of social media as a factor in the political spectrum, additional data was collected over a larger period of time as well. For this analysis, data was collected from all the national elections during the past decade (2010 – 2020). Due to limited recourses, only party leaders have been included in this analysis. However, based on the literature study, the assumption was made that party leaders will receive substantially more (social) media attention than other MP candidates, which makes it possible to analyse the role of social media in general over a larger period of time. This analysis contains data from all national elections in this time period, including both parliamentary elections and provincial council elections. The provincial council elections are, by definition, regional elections, but the seats for the senate are (indirect) chosen via this election as well. The Provincial Council elections are therefore regarded by national politicians as an important first indicator of the question of how voters judge the first actions of the new House of Representatives and the new cabinet (Parlement.com, 2020), making these elections relevant for this study. The time period on which data was collected is, just as with the data collection for section A, the last 15 days prior to each election day.

3.2 Traditional media

A politicians' visibility in offline media content will be measured by counting the number of times that the included newspapers referred to a candidate on a given day. As explained before, newspapers do not represent all traditional media, but their influence is widespread (Vliegenthart & Walgrave 2008) (Golan, 2006) and newspaper content is much easier to analyse than radio or television content. In this study, newspaper data from the five largest newspapers in the Netherlands was gathered. This selection was made based on the paid print runs of these newspapers, which are displayed in table 3.1. An overview of all the collected newspaper data is included in appendix 2.

Table 3.1, Selection of included newspapers

Analysed newspapers
Volkskrant
NRC Handelsblad
Telegraaf
Trouw
Algemeen Dagblad

The data containing traditional media content was gathered via LexisNexis, an online database containing over 40.000 sources, including the five selected Dutch newspapers mentioned before. By analysing these newspaper articles, an aggregate number of articles per candidate per day across all newspapers will ultimately lead to the first dependent variable: newspaper visibility. The articles included in the analysis were published in the last 15 days prior to the general election on March 15th 2017, so ranging from 28-02-2017 to 14-03-2017. Articles had to contain at least one reference to the full name (first and last name) of the candidate in order to be selected. To illustrate this, data on VVD party leader and prime minister Mark Rutte was collected using the search string: 'Mark Rutte', including a filter for the date (the last 15 days prior to the election day at stake) and a filter for the given newspapers.

By analysing these newspapers, an aggregate number of articles per candidate per day across all newspapers will ultimately lead to the first dependent variable: newspaper visibility.

3.3 Social media

The social media content has been collected with help from the Behavioural Data Science Incubator (BDSI) of the University of Twente, an organization that seeks to spark innovation and collaboration in data science that involves human behaviour (University of Twente, 2020). With their help, a script was developed to scrape historical Twitter data from the desired periods of time. This script was developed and used in the coding programme Python and exported to RStudio for further analysis. With help of this script, each time a candidate's username (see appendix 1 for a full list of the usernames) was referred to on Twitter in the given period of time was counted. In other words, each tweet that mentioned one of the MP candidates somewhere during the last 15 days prior to the election day is included.

This variable solely includes tweets that were directly or indirectly addressed to the candidate in question, using their username. This means that all the tweets that include a direct reference, and their retweets, are included in the analysis. The manner in which people reference or address someone on Twitter is to add their Twitter name in their tweet. So let's take the Twitter account of Geert Wilders for example, which is named @geertwilderspvv, all tweets which included @geertwilderspvv, and their retweets, were counted each day between 28-02-2017 and 14-03-2017. The same has been done for every elected MP candidate over the same period of time. MP's who don't have a Twitter account, and therefore no Twitter username to include in the search, have been included in the analysis based on their first and last name. So if Geert Wilders would not have a Twitter account, the search string would be 'Geert Wilders'.

3.4 Independent variables

In order to formulate an answer to the third research question of this study, independent variables are added to the models. At the individual level, personal traits of politicians will be taken into account, such as gender (male-female), age (measured in years), list position (continuous variable, ranging from 1 – 33), which are important to take into account because they can impact a politicians' visibility. At the party level, whether or not a party was in government or not will be taken into account as well. These variables, however, will only be included in the analysis for section A of this study. The data from section B will primarily focus on the changing role of social media over the years.

3.5 Descriptive statistics

From all the 150 MP's candidates, only 5 did not have a Twitter account during the 2017 election. These MP candidates have been included in the analysis by their full name (first and last name) instead of a Twitter username. A full list of Twitter usernames of all MP candidates is attached in appendix 1.

The newspaper articles have been, as mentioned, collected in the five largest Dutch printed newspapers. Table 3.2 shows an overview of the number of articles collected per newspaper. A complete list of these publications can be found in appendix 2.

Table 3.2, Number of news articles per newspaper (2017 election)

Newspaper	Number of articles	Percentage
NRC Handelsblad	463	26%
De Volkskrant	427	23%
Trouw	377	21%
De Telegraaf	287	16%
AD	226	12%
Total	1780	100%

As mentioned, in section A the results of the analysis of the 2017 general election will be explained. This analysis contains data from all the members of Dutch parliament, elected in the general election on March 2017. These 150 MPs can be divided by 13 different political parties, with a number of seats per party ranging from 2 to 33. The average age of these 150 MPs was 44 years (on the election day), ranging from 25 till 74 years old and of these 150 MPs 53 are female MPs and 97 are male. One of the first results that became clear after the analysis was the difference in (social) media visibility between party leaders and non-party leaders, which is displayed in the figures 3.1 & 3.2.

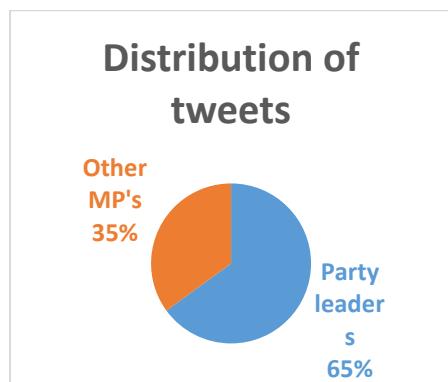


Figure 3.1, Distribution of tweets

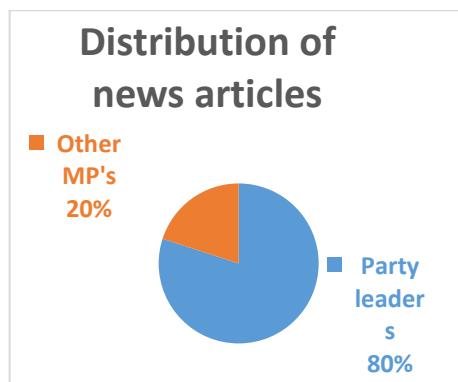


Figure 3.2, Distribution of news articles

As explained in chapter two, the Dutch voting system is a closed-list system which allows preferential votes and, thereby, enables individual politicians to campaign for themselves in order to receive these preferential votes. However, these results show that the vast majority of (social) media visibility concerns party leaders. As mentioned, apart from the data collected from the general election 2017, additional data was collected for all the national elections in the past decade (2010 – 2020), including only party leaders. Following the large difference in attention for party leaders, this data can be used to analyse the changing role of social media over the past ten years in which social media has entered the public and political domain, and has grown substantially. Moreover, the results as displayed in figure 3.1 and 3.2 show that the party leaders receive substantially more (social) media attention than other MPs, which ensures that the analysis in section B can indeed be used to formulate an answer to research question 2.

Displayed below (table 4.2, 4.3) are the descriptive statistics of the collected data concerning the number of tweets and news articles collected, which show the number of tweets and news articles per politician, per day. Therefore, in table 3.2, the ‘N’ stands for the number of politicians (150) times the number of days included in the analysis (15), makes a total of 2250 (150*15). The mean shows the average number of tweets/articles for a single politician on a single day, just as the minimum and maximum. Finally, the last row ‘total’ shows the total number of tweets and news articles collected on all politicians during this time period.

In order to emphasize the difference found in media attention between party leaders and non-party leaders, table 4.3 shows the same statistics over the same period of time including only party leaders, and therefore in table 4.3 N=195 (13*15).

Table 4.2, Descriptive statistics of the collected tweets and news articles (all 150 MP's)

Statistic	Tweets	Newspaper articles
N	2250	2250
Mean	190	0,79
Minimum	0	0
Maximum	15810	41
Total	428574	1783

Table 4.3, Descriptive statistics of the collected tweets and news articles (party leaders only)

Statistic	Tweets	Newspaper articles
N	195	195
Mean	1447	7,3
Minimum	40	0
Maximum	15810	41
Total	282211	1424

As can be seen in these tables, the aggregate (social) media visibility between party leaders and non-party leaders differs a lot. The aggregate number of tweets per day found for a MP candidate as displayed in table 4.2 is 190 while the aggregate number of news articles found is less than one article per day. In comparison, the same statistics found for party leaders amounts to an aggregate of 1147 tweets and 7,3 newspaper publications per party leader, per day.

In order to illustrate the dynamics behind these numbers, we'll take the highest number of tweets on a single day concerning a single politician as an example. The highest number of tweets concerning a single politician on a single day is 15810. This number traces back to Geert Wilders (PVV), who was mentioned in 15810 unique tweets on the 11th of March 2017, with Tunahan Kuzu (DENK) as a close second with 14382 tweets (also on the 11th of March). March 11th was the day that a Turkish minister was refused entry to the Netherlands but yet came, to campaign for a Turkish election, which caused great commotion and even riots in Rotterdam (Algemeen Dagblad, 2017). Wilders, known for his anti-Islam rhetoric and Kuzu, native Turk and on the opposite side of the political spectrum from Wilders, both got lots of attention during this during this political scandal just before the elections.

4. Results

In the following chapter, the results regarding (social) media visibility of Dutch politicians during election times will be explained. As discussed in chapter 3, this chapter is divided into two sections (section A & section B), because of the different data, setting and units of analysis. Section A refers to the data collected over the 2017 general election, which contains data of all 150 MP candidates. Therefore, the analysis in section A will elaborate further on the variables concerning personal characteristics such as gender, age and list position. In section B, the results including only party leaders concerning the all national elections in the past decade will be analysed.

4.1 Section A

In order to find out if visibility on social media influences visibility in traditional media a multiple regression analysis was used. In this analysis, newspaper data (t) and social media data (t-1) was analysed and scrutinized for a possible correlation between the two. In other words, an analysis was made to find if the number of tweets one day, influences the amount of news coverage in traditional media on the day after. The unit of analysis thereby are daily measures of a politicians coverage in traditional and social media. Furthermore, personal characteristics, as discussed before, are added to the model to find if, and to what extent, these variables affect the correlation between traditional and social media coverage.

Table 4.1 shows the outcome of the multiple regression analysis. The data show a positive significant correlation for all included variables, which means that all included variables do indeed affect the matter of visibility in traditional media.

Table 4.1, Causal relationship between online and offline media, personal characteristics included

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	Sig.
(Constant)	0,557	0,304		0,067
Tweets (t-1)	0,002	0,000	0,473	0,000
Gender	-0,640	0,120	-0,099	0,000
List position	-0,061	0,007	-0,161	0,000
Age	0,016	0,006	0,048	0,009

Dependent Variable: Articles (t)

As the standardized beta coefficient shows, the number of tweets is the most important predictor for the amount of news coverage that politicians receive. Furthermore, the higher a politician is placed on the ballot, the more news coverage they are likely to receive and male politicians tend to receive more media coverage than their female counterparts. The least influential variable in this analysis is age, although this shows a positive correlation as well, which means that older politicians are more likely to receive more media coverage.

There results, however, are aggregated results of all 150 elected MP's. As discussed before, party leaders receive substantially more media attention than non-party leaders. Therefore, a variable was added to the model in order to measure the extent to which party leaders are responsible for the

effects as discussed before. Table 4.2 shows the results of the same analysis, but with the new variable 'party leaders' included.

Table 4.2, Causal relationship between online and offline media, including variable 'party leaders'

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	Sig.
(Constant)	-0,356	0,266		0,182
Tweets (t-1)	0,001	0,000	0,248	0,000
Gender	-0,079	0,106	-0,012	0,456
List position	-0,009	0,007	-0,024	0,167
Age	0,013	0,005	0,040	0,012
Party leader	5,677	0,216	0,515	0,000

As can be seen in table 4.2, this new variable 'party leaders' presses heavily on the equation. None of the personal characteristics, which showed a significant positive relation in table 4.1, do so now that this new variable is included. This indicates that these personal characteristics as such may not have as much influence as could be thought in the first instance, whereas the personal characteristics of the party leaders probably caused the effects shown in table 4.1. We do still find evidence that the number of tweets positively affects the amount of news coverage, although the standardized beta coefficient shows that this influence is more or less halved as well.

Since it is established that the party leaders are responsible for a large part of the effects that the personal characteristics have on politicians visibility in the news media, an analysis is made excluding these party leaders. Table 4.3 show the results of this analysis, in which the same effects are measured, but for non-party leaders only. This data show that, as could be expected after table 4.4, for all non-party leaders, only the number of tweets and their position on the ballot do affect their visibility in the news media. What stands out is that the overall effect of these variables is less than in the former analysis, which indicates that for example the number of tweets concerning a non-party leader has less effect on their traditional media coverage than is has for party leaders. Furthermore, this shows that no evidence was found that either gender or age affect a politicians visibility in traditional media.

Table 4.3, Causal relationship between online and offline media, excluding party leaders

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	Sig.
(Constant)	0,083	0,065		0,206
Tweets (t-1)	0,001	0,000	0,186	0,000
Gender	0,043	0,025	0,038	0,093
List position	-0,011	0,002	-0,156	0,000
Age	0,003	0,001	0,058	0,009

In order to paint a complete picture, a last analysis was made including only party leaders. This analysis, however, is less relevant because of the low number of politicians included (N=13). Taken this into account, this data does show to be consistent with earlier findings. It again shows that the number of tweets is the most influential predictor for traditional media coverage, and that for the other variables 'age' and 'gender' no such evidence was found. However, it does show a large impact of gender on a politicians news media coverage than in the former analysis. This difference can be explained by the fact that 12 of the 13 party leaders are male.

Table 4.3 Correlation between online and offline media, party leaders only

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	Sig.
(Constant)	0,977	2,825		0,730
Tweets (t-1)	0,001	0,000	0,275	0,000
Gender	-4,459	2,048	-0,153	0,031
Age	0,114	0,059	0,136	0,054

4.2.1 Personal characteristics

In order to establish a relation between visibility in social media and traditional media, possible moderating variables will be explored as well. Therefore, the role of personal characteristics such as gender, age and the list position on the ballot will be analysed as well. In figure 4.1 and 4.2, the distribution of tweets and news articles is shown based on the list position of the MP candidates.

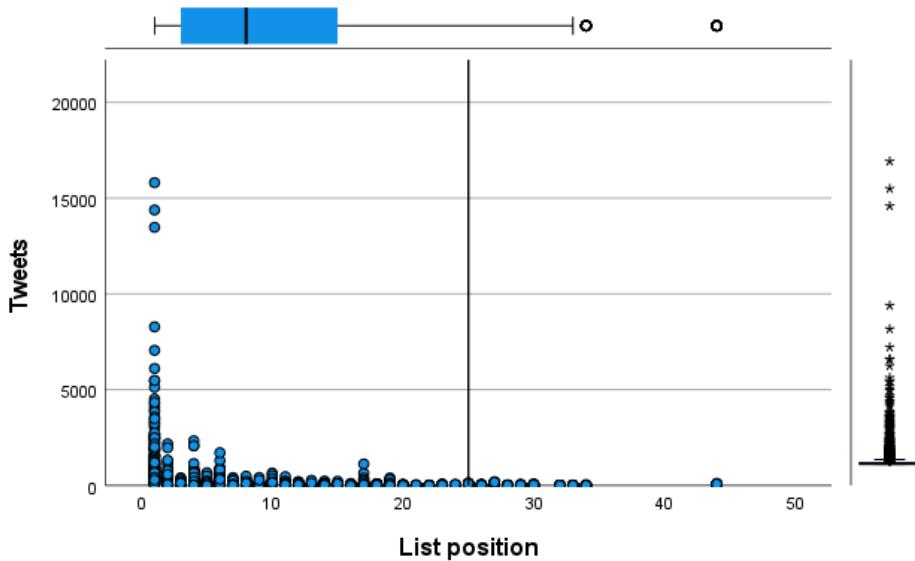


Figure 4.1, Distribution of tweets based on list position

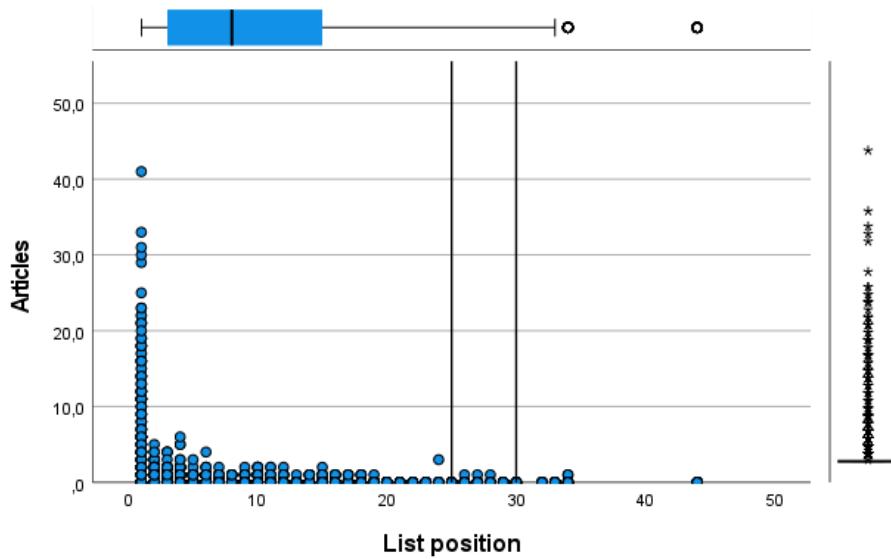


Figure 4.2, Distribution of news articles based on list position

As can be seen in the figures above, and as noted before, the amount of news coverage for party leaders presses heavily on the equation. When taken this into account, it is clear that the variable 'list position' has a significant moderating effect on a politicians (social) media visibility. However, because of this large amount of (social) media visibility of party leaders, it is difficult to establish whether or not the list position of other MP candidates influences their changes on (social) media visibility. Moreover, since 12 of the 13 party leaders are male, the same goes for the variable 'gender'. Therefore, in order to find out if the possible moderating variables do actually influence the amount of news coverage for politicians, the party leaders will be left out of the further analysis of these variables. By leaving the party leaders out, it can be established if, and to what extent these variables have a moderating effect on a politicians' (social) media visibility. In the following figures, the distribution of tweets and news articles will be displayed per personal attribute.

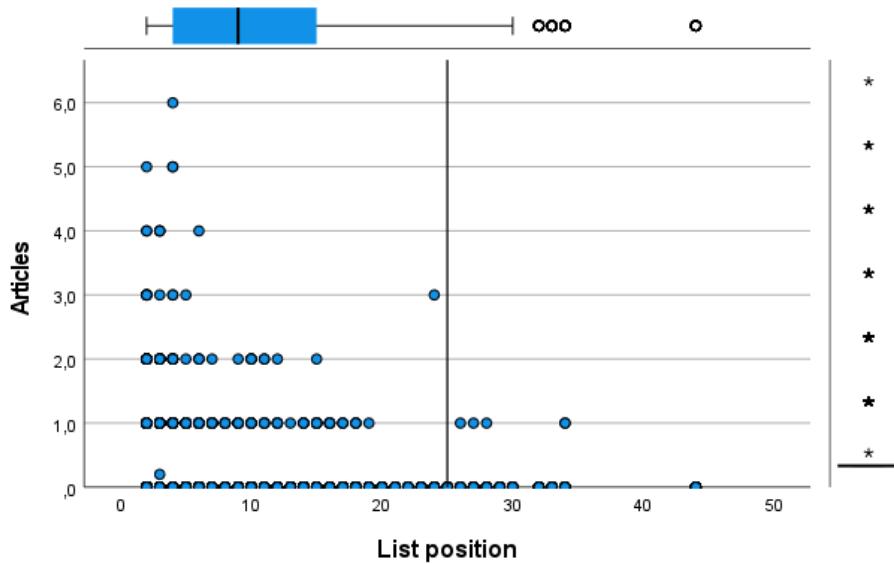


Figure 4.3, Distribution of news articles based on list position

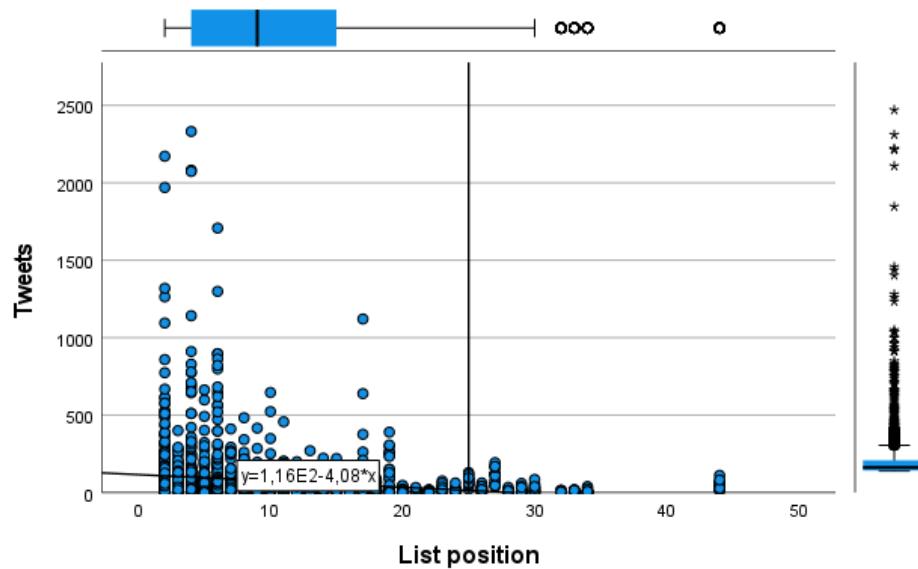


Figure 4.4, Distribution of tweets based on list position

Figure 4.3 and 4.4 show the same distribution between (social) media visibility and list position, however, now excluding the party leaders. It can be seen that even without the party leaders in this equation, list position still show a significant positive effect on a politicians' (social) media visibility. In other words, the data shows that the higher an MP candidate is placed on the ballot, the more (social) media coverage they are likely to receive.

The following figures show the same distribution for the variables 'gender' and 'age', again excluding the party leaders from the analysis for perpetrating purposes.

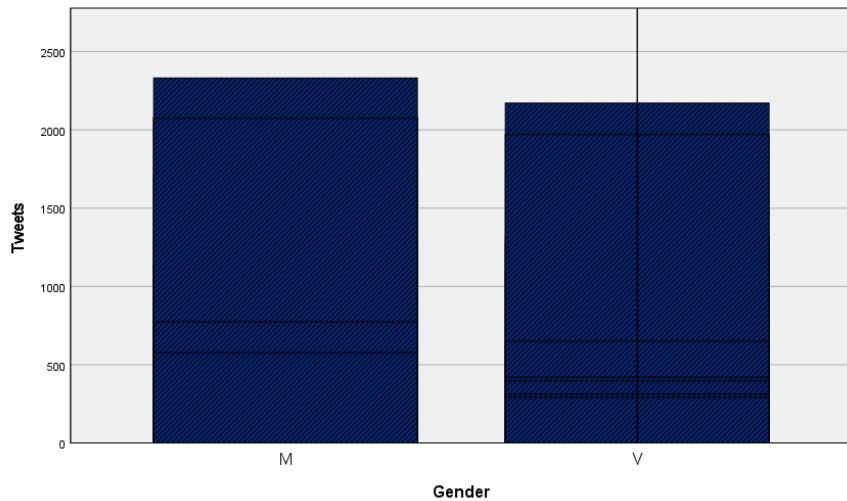


Figure 4.5, Distribution of tweets based on gender

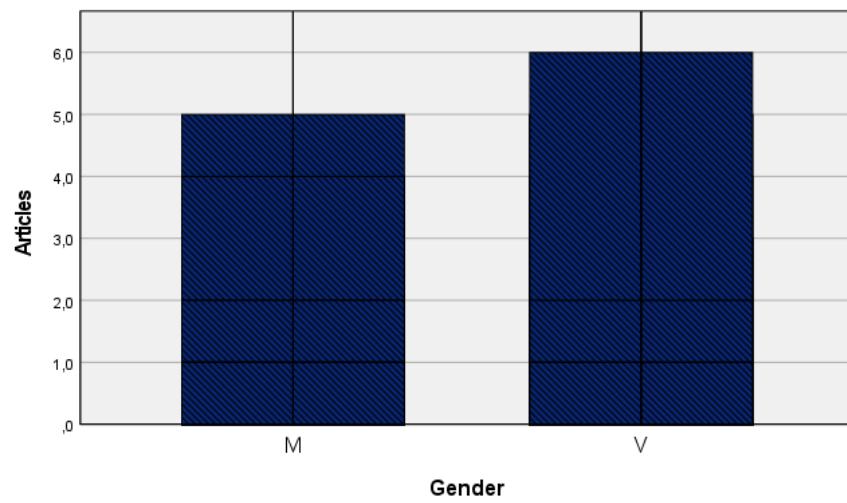


Figure 4.6, Distribution of news articles based on gender

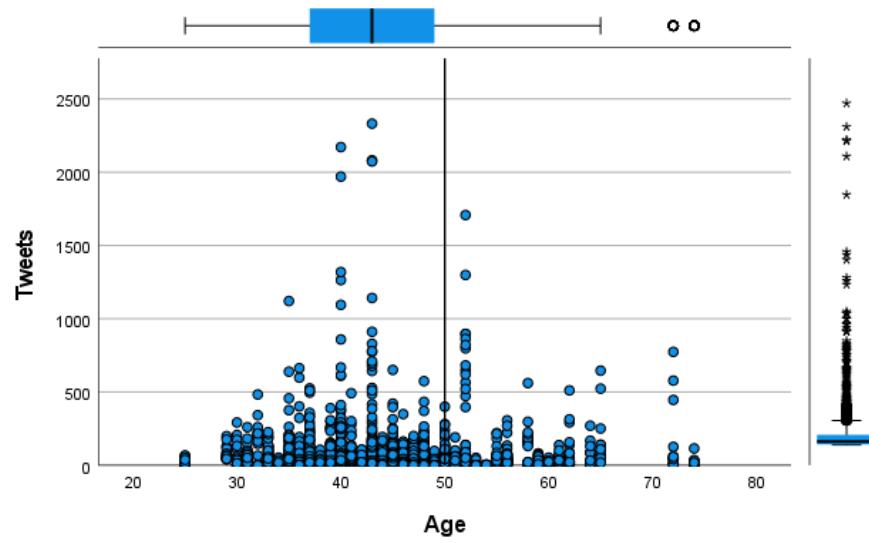


Figure 4.7, Distribution of tweets based on age

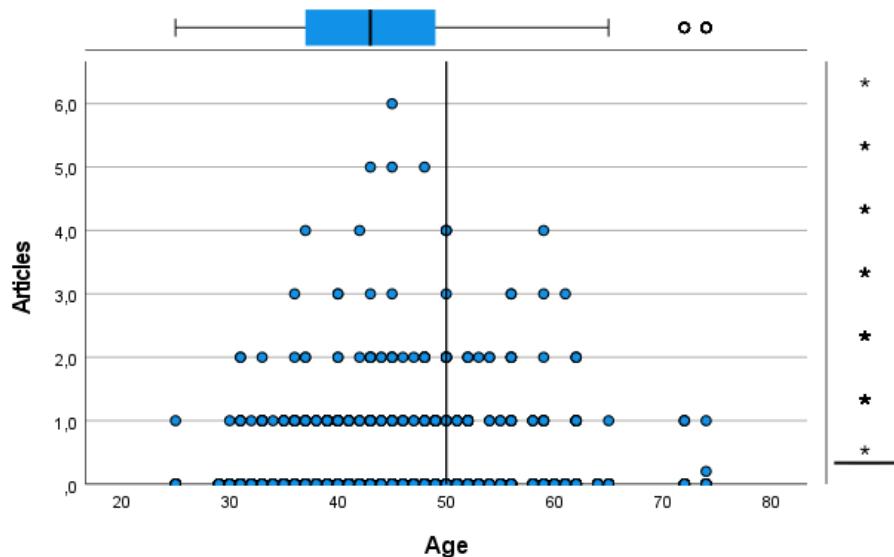


Figure 4.8, Distribution of news articles based on age

These figures show that gender nor age has a significant effect on a politicians' (social) media visibility. As can be seen in figures 4.5 and 4.6, men are found to be slightly more represented on social media than women, whereas women are slightly more visible in traditional media. The variable 'age' shows an almost normal distribution, which indicates that the age of a politician does not have a significant moderating effect on their (social) media visibility.

4.3 Section B

In order to analyse the developing role of social media in the political spectrum, and thereby answering research question 4, data was collected over all the national elections in the past decade (2010 – 2020). Based on the results discussed in before, data including party leaders only can be sufficient to formulate an answer to this research question. In figure 4.9 & 4.10, the total number of tweets and news articles per party are displayed per election. In the given time period, six national elections were held in the Netherlands which include three provincial council elections (2011, 2015 & 2019) and three parliamentary elections (2010, 2012 & 2017). In the following figures, the orange bars represent the general elections and the blue bars the provincial council elections.

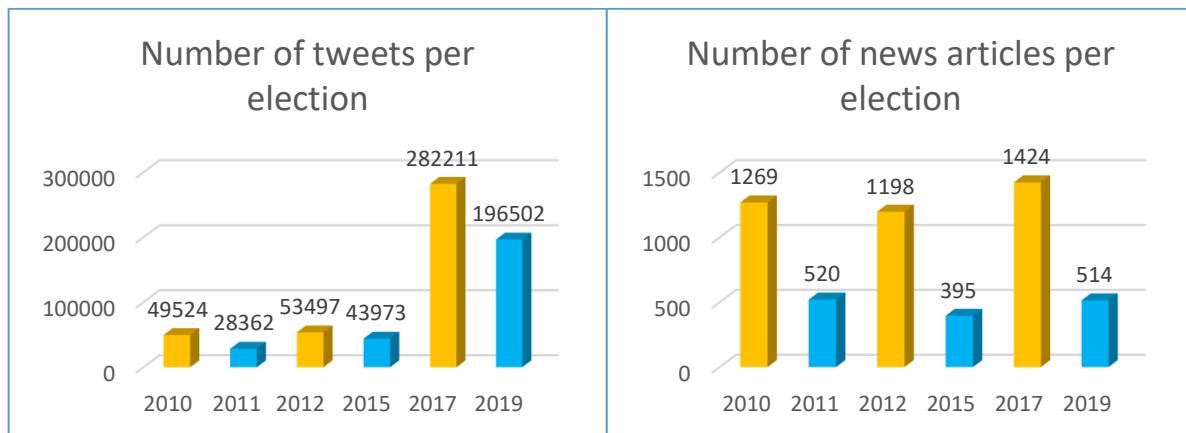


Figure 4.9, Number of tweets per election

Figure 4.10, Number of news articles per election

As can be seen in the figures above, the total number of tweets in the last 15 days prior to the election day has grown substantially since the 2017 parliamentary election, while the number of news articles found for the same politicians over the same period of time has remained more or less even. Furthermore, the difference in traditional media attention for parliamentary elections and provincial council elections stands out. This can be explained by the fact that in this analysis only national newspapers are included while the provincial council elections are, by definition, more regional. Still, while this difference can be found for traditional media visibility, the results for social media visibility show a smaller gap in coverage of these elections.

A closer look at the increase of social media attention for party leaders in election campaigns shows that the steep increase is mainly caused by a couple party leaders in particular. Figure 4.11 and 4.12 show the total number of tweets and news articles found per party. Parties are included in this analysis from the point that they are elected in the parliament. Again, both parliamentary (2010, 2012, 2017) and provincial council elections (2011, 2015, 2019) are included in this analysis.

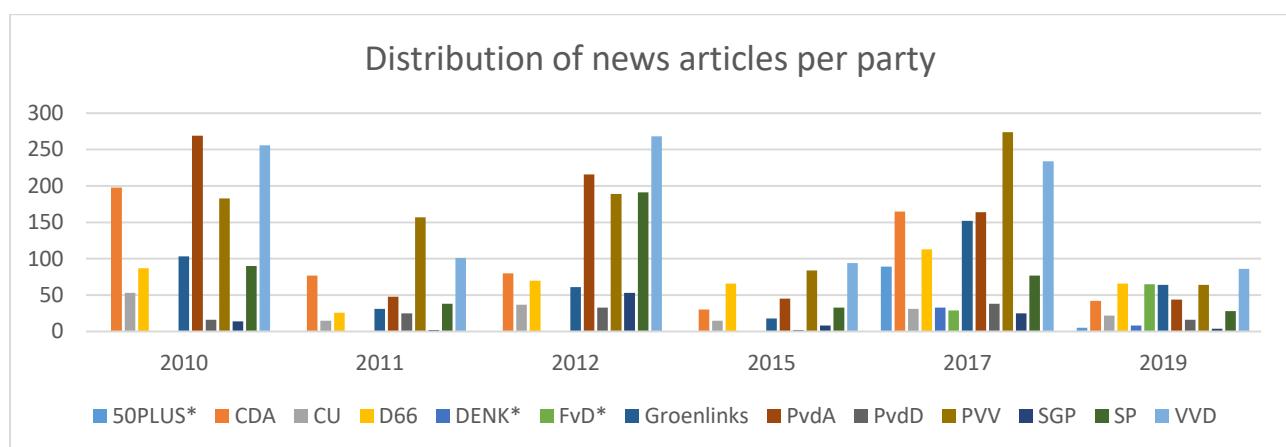


Figure 4.11, Distribution of traditional media visibility (party leaders only) *50PLUS, DENK & FvD included from 2017.

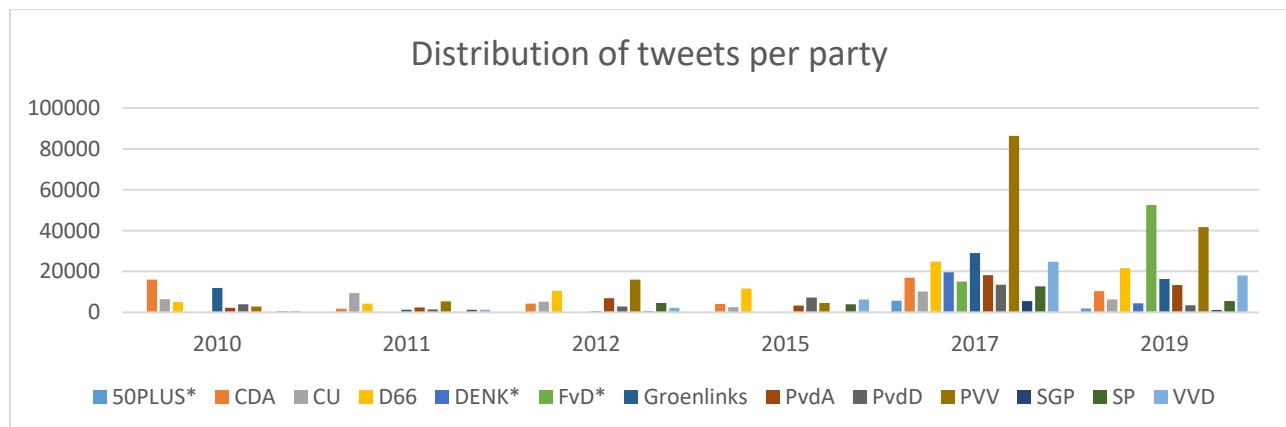


Figure 4.12, Distribution of social media visibility (party leaders only) *50PLUS, DENK & FvD included from 2017.

As is shown in the figures above, the amount of news coverage has remained more or less equal, whereas the social media attention has grown substantially. This steep increase in social media attention is mainly caused by two political parties, FvD with party leader Thierry Baudet and the PVV from Geert Wilders, both populist parties on the (far) right of the political spectrum who, as discussed in chapter 2, tend to question traditional media more than other parties.

5. Discussion

The goal of this study was to explore the relationship between a politicians' visibility on social media and traditional media during election campaigns. Therefore, for this study, the visibility of the 150 elected Dutch members of Parliament was measured using traditional media data (newspaper articles) and social media data (Tweets), during the election campaign of the 2017 general election. Furthermore, data from all Dutch national elections during the past decade (2010-2020) was collected to find if, and to what extent, the role of social media in Dutch election campaigns has changed.

5.1 Influence of social media on traditional media

In relation to the main research question of this study, an analysis was made to find out if exposure on social media affects a politicians' visibility in traditional news media. It was proven that indeed a politicians' visibility on a given day does positively affect their visibility in the news media the day after, supporting the second hypothesis of this study (H2). This evidence tells us that the still relatively new factor in political campaigning, social media, does indeed have an agenda-setting effect on traditional media. This finding is in line with findings that were published by Kruikemeier et al (2018) who also found a positive relation between visibility in traditional and social media, during the election campaign of the Dutch general election of 2012. However, as noted before, a steep increase in social media coverage was found since then, which makes these findings even more relevant.

The findings as described above are aggregated results of all the 150 MP candidates included in the analysis. However, a great variance was found between different politicians in the extent to which this effect occurred. The data shows that this effect is, by far, the strongest for party leaders, supporting the third hypothesis of this study (H3). However, in the analysis excluding the party leaders, this effect, although less strong, is still proven to exist, which underlines the support for our second hypothesis, which expected a positive relationship between visibility on social media and visibility in the traditional media.

5.2 Personal characteristics

No clear evidence was found that female politicians, in general, receive less media attention than their male counterparts, which contradicts the fourth hypothesis (H4) of this study. Although the aggregated data for all 150 MP candidates do show a positive correlation between the variable 'gender' and traditional media coverage, it was found that this effect was mainly caused by the fact that 12 of the 13 party leaders are male. In the analysis excluding the party leaders, no clear evidence was found that the gender of a politician indeed affects the amount of traditional media coverage they are likely to receive. The same holds up for another personal characteristic that was included in the analysis, age. No clear evidence was found that the age of a politician affects the changes of more or less coverage in traditional media.

The most influential factor that the data showed is the list position of the MP candidates, which is consistent with earlier findings concerning the influence of party leaders. For a political system that enables preferential votes, the amount of news coverage for the party leaders in comparison to MP candidates lower on the list is striking, to say the least. It was already noted that the party leaders pressed heavily on the analysis, the data show that 65% of the collected social media data was related to the party leaders, whereas a staggering 80% of the collected traditional media data concerned one of these party leaders. Moreover, in the analysis, evidence was found that the list position of an MP candidate affects the extent to which they are likely to receive traditional media attention. Evidence was found that the higher the place on the ballot, the more news media

coverage politicians are likely to receive. In contradiction to the earlier discussed variables 'age' and 'gender', this still holds up when the party leaders were taken out of the equation. This means that for all the non-party leaders as well, the higher the place on the ballot, the more traditional media coverage they are likely to receive.

In line with the news value theory, this might not be as surprising, because some politicians may have characteristics such as power, status, influence or expertise which considered to be more newsworthy (e.g., Galtung and Ruge 1965; Shoemaker and Reese 1996; O'Neill and Harcup 2009). This, however, shows that the news value theory might not fit as good to social media as it does for traditional media. However, it does fit the hypothesis regarding this variable (H1), which expected that both traditional and social media would be dominated by predominantly party leaders.

5.3 The changing role of social media

Beforehand, it was expected that social media played an increasingly big role in Dutch politics, whereas the influence of traditional news media was expected to be declining. After analysing the data, it was indeed established that the role of social media has grown substantially during the last decade (2010-2020). Simultaneously, the paid print runs of the five largest Dutch newspapers has decreased substantially, which indicates that social media has partly taken over the role of traditional media in Dutch politics. Moreover, evidence was found that social media indeed plays an increasingly big role in Dutch politics. Where the data shows that the amount of news coverage has remained more or less equal, coverage on social media has increased significantly, supporting the first hypothesis of this study. These findings can be important for research on intermedia agenda-setting because it contributes to knowledge of the still relatively new factor in this theory: social media. As mentioned in the theoretical framework, traditional media, and large national newspapers in particular have found to be strong and independent agenda-setters for other media (e.g., Golan 2006; Vliegenthart and Walgrave 2008), because of their long term experience and professionalism. The findings in this study do not necessarily contradict this statement, although they show that these traditional institutions are being influenced by this new form of media.

Furthermore, evidence was found that the steep increase in social media coverage of MP candidates was mainly caused by two populist parties. This is consistent with other populist politicians, throughout the world, as discussed in the theoretical chapter, who turned to social media to interact with their electorate in a more blunt manner by which they may have started the social media age of politics. These politicians tend to receive more media attention as well because they are 'colourful' (Vos, 2014) or seem more authentic (Enli, 2017) by which journalists can trigger readers to click and read their articles. Therefore, populists or 'extreme' politicians, who have a large following on social media already, tend to be 'rewarded' with more attention in traditional media as well. This supports the third hypothesis (H5) of this study, which expected populist politicians to be the most visible on social media.

5.4 Implications

This study contributes to the general knowledge of the agenda-setting effects of social media during election campaigns. Moreover, these findings show that social media plays an increasingly big role in impacting the democratic process and no sign was found that a decrease is near upon. The impact of social media in important democratic events across the world have already shown the consequences that this increasing impact could have on election outcomes and therefore on (international) policy changes. The evidence found in this study that the two parties (PVV & FvD) who are mainly responsible for the steep increase in social media visibility among MP candidates during election campaigns, also gained or preserved lots of seats in these elections. The insights that this study

provides are therefore more relevant than ever because it seems that social media has the power to win elections.

The evidence provided regarding the personal characteristics of MP candidates implicates that, regarding the list position of the MP candidates, party boards still tend to be very powerful in Dutch politics. Since evidence was found that the place on the ballot strongly affects a candidates media visibility, and party boards or special commissions decide which politicians make the list, and on which place, it is them who have a great influence on the visibility of the MP candidates. This implicates that, in contradiction to what one might expect in a preferential voting system, the electorate is somewhat steered towards the choice of the party, instead of the other way around.

Another personal characteristic that was included in the analysis, gender, is a hot media topic in recent years. This study shows that although there is a large overrepresentation of male party leaders, no clear evidence was found that woman receives less (social) media attention in general. This finding, however, requires more research to establish as a strong fact, because there were too few female party leaders to make an honest comparison. Furthermore, the evidence found on the agenda-setting effect of social media on traditional media shows that, at least, the manner in which election campaigns are experienced is shifting towards digital media. This indicates that

5.5 Limitations and future research

This study, like every other study, is obviously not without limitations. Although a positive relationship was found between the visibility on social media and traditional media, it is hard to assess to what extent this causal relationship might be spurious. In the analysis of this study, evidence was found that indeed social media influence the traditional media agenda, however, it is hard to assess if any other possible moderating variables were not included in this analysis. Moreover, this study has focused solely on the effect of social media on traditional media, whereas the other way around is interesting as well. The substantial increase in social media usage during the past decade, combined with big upsets linked to social media such as Brexit, the 2016 US election, the Arab Spring or the 2019 Dutch provincial council elections, were reasons to focus specifically on the role of social media. It seems that, in this digital age, social media (or possible new innovative platforms) are here to stay, whereas the role of traditional media seems deemed to decrease even further.

Whereas this study has focused on the sheer visibility of politicians on social media, to assess the relationship between social media and traditional media, it did not take into account the social media activity of politicians themselves. Clearly, it would be interesting for future research to include this factor in the analysis, to find to what extent politicians can create their own exposure. Besides this, politicians that are active on social media could have built a large online following, who refers to them more often, regardless if there is a particular issue at stake. It would be interesting to see to what extent traditional media pick up on the social media activity of politicians or their followers. It could be tempting for journalists to pick up on this kind of activity, which is in line with traditional news selection criteria such as impact and proximity. Furthermore, this study does not assess the manner in which politicians are referred to in online and offline media, the second-level agenda-setting. Whereas traditional media scandals or fuss are important news selection criteria, science is not (yet) sure if the same holds for social media as well. It could be possible that positive news might attract more attention on social media than in traditional media. Future research on this second-level agenda-setting could therefore contribute to a greater knowledge of the dynamics behind (social) media visibility of politicians.

Notwithstanding these limitations, this study provides valuable insights into the dynamics behind a politicians' media visibility in the Netherlands. Clear evidence was found that the influence of social media has increased substantially during the past decade, and at an accelerating pace. Making future research on social media during election campaigns, as suggested before, crucial in order to understand the dynamics behind not only a politicians' media visibility, but also on long term political stability.

References

- Ahmed, E. (2019, 28 februari). *Twitter- The Most Powerful and Influential Social Media Platform in the World*. Geraadpleegd van
<https://www.socialmediamagazine.org/twitter-powerful-influential-social-media-platforms-world/>
- Andeweg, R. B. (1997). Role specialisation or role switching? Dutch mps between electorate and executive. *The Journal of Legislative Studies*, 3(1), 110–127.
<https://doi.org/10.1080/13572339708420502>
- Bakker, P. (2018, 12 april). *Oplage landelijke kranten: Telegraaf en AD krijgen opnieuw klappen*. Geraadpleegd op 10 juni 2020, van <https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/papier/oplage-telegraaf-ad-klappen/>
- Bakker, R., de Vries, C., Edwards, E., Hooghe, L., Jolly, S., Marks, G., ... Vachudova, M. A. (2012). Measuring party positions in Europe. *Party Politics*, 21(1), 143–152.
<https://doi.org/10.1177/1354068812462931>
- Barland, J. (2020). Innovation of New Revenue Streams in Digital Media. *Nordicom Review*, 34(s1), 99–111. <https://doi.org/10.2478/nor-2013-0107>
- Behr, R. L., & Iyengar, S. (1985). Television News, Real-World Cues, and Changes in the Public Agenda. *Public Opinion Quarterly*, 49(1), 38. <https://doi.org/10.1086/268900>
- Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707–731.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>

Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2010). The Shifting Foundations of Political Communication: Responding to a Defense of the Media Effects Paradigm. *Journal of Communication*, 60(1), 35–39. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01471.x>

Bimber, B. (1998). The Internet and Political Mobilization. *Social Science Computer Review*, 16(4), 391–401. <https://doi.org/10.1177/089443939801600404>

boyd, D. A. N. A. H. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Brands, B. J., Graham, T., & Boersma, M. (2017). Social Media Sourcing Practices: How Dutch Newspapers Use Tweets in Political News Coverage. *Managing Democracy in the Digital Age*, 159–178. Geraadpleegd van https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-61708-4_9

Calderaro, A. (2018). Social Media and Politics. *The SAGE Handbook of Political Sociology*, 781–796. Geraadpleegd van https://www.researchgate.net/publication/322273564_Social_Media_and_Politics

Cappella, J. N., & Price, V. (2002). Online deliberation and its influence: the electronic dialogue project in. *IT&SOCIETY*, 1(1), 303–329. Geraadpleegd van https://d1wqxts1xzle7.cloudfront.net/44978435/Online_Deliberation_and_Its_Influence_Th20160422-26899-e6l6n3.pdf?1461309801=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DONLINE_DELIBERATION_AND_ITS_INFLUENCE_TH.pdf&Expires=1596207219&Signature=FZ1XAi5BeNqX2JeYPMIUCNP9pXbqq~L~ZlgD3oQStKisJ8HuFRMgy7TQsFYZ3org8KwXZ0vn7gw5cezbgRaY5WbMPqm95sv7cZEI3V-

Hpghb0vjsKML6o~lIRF6OozAf36NnXa2khLDHmZO8gybXd3S65FREzsauao3vVWK8X9C
AmPbIsj4SBGHA81E64Ok2jAjtnPLYU7-pcw1bTSpJF0DujvwjXg9A-
lmz8DAxIHjNX0qfG3sSRaCPPF~80~ZAiA7xkOp2-
XtZR6LXgEM~SYcTfM~PRNZxdPv9OHbTyF7htGFbXHZhYqsQyuIr~M8KRyB05jSZoOW5
YTqtHDHN6A__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Clement, J. (2020, 1 april). *Number of social media users worldwide 2010-2021*.

Geraadpleegd op 10 juni 2020, van

<https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

Coleman, S. (2005). New mediation and direct representation: reconceptualizing

representation in the digital age. *New Media & Society*, 7(2), 177–198.

<https://doi.org/10.1177/1461444805050745>

De Best, R. (2020, 17 februari). *Netherlands: social media usage 2020*. Geraadpleegd op 10

juni 2020, van <https://www.statista.com/statistics/579626/social-media-penetration-in-the-netherlands-by-social-network/>

DELLA PORTA, D. O. N. A. T. E. L. L. A., & MOSCA, L. O. R. E. N. Z. O. (2005). Global-net for

Global Movements? A Network of Networks for a Movement of Movements. *Journal of Public Policy*, 25(1), 165–190. <https://doi.org/10.1017/s0143814x05000255>

Diani, M. (2000). SOCIAL MOVEMENT NETWORKS VIRTUAL AND REAL. *Information,*

Communication & Society, 3(3), 386–401.

<https://doi.org/10.1080/13691180051033333>

DiMaggio, P. (2011). Pablo J. Boczkowski: News at Work: Imitation in an Age of Information Abundance. *Administrative Science Quarterly*, 56(2), 306–309.

<https://doi.org/10.1177/0001839211430073>

Dimitrova, D. V., & Matthes, J. (2018). Social Media in Political Campaigning Around the World: Theoretical and Methodological Challenges. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 333–342.

<https://doi.org/10.1177/1077699018770437>

Diversiteitswatch. (2020). *Diversiteitswatch (@MOptredens) | Twitter*. Geraadpleegd op 10 oktober 2020, van <https://twitter.com/moptredens>

Donk, W., Loader, B. D., Nixon, P. G., Rucht, D., & van de Donk, W. (2004). *Cyberprotest*. Abingdon, Verenigd Koninkrijk: Taylor & Francis.

Duin, R. J. (2017, 7 februari). *Geert Wilders creëert zijn eigen waarheid met nepnieuws*. Geraadpleegd op 13 oktober 2020, van <https://www.parool.nl/nieuws/geert-wilders-creeert-zijn-eigen-waarheid-met-nepnieuws~b1d6d0b9/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.ecosia.org%2F>

Eberl, J.-M., Boomgaarden, H. G., & Wagner, M. (2015). One Bias Fits All? Three Types of Media Bias and Their Effects on Party Preferences. *Communication Research*, 44(8), 1125–1148. <https://doi.org/10.1177/0093650215614364>

Engesser, S., & Humprecht, E. (2014). Frequency or Skillfulness. *Journalism Studies*, 16(4), 513–529. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2014.939849>

Enli, G. (2017a). New media and politics. *Annals of the International Communication Association*, 41(3–4), 220–227. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1392251>

Enli, G. (2017b). Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election. *European Journal of Communication*, 32(1), 50–61.
<https://doi.org/10.1177/0267323116682802>

Enli, G. S., & Skogerbo, E. (2013). PERSONALIZED CAMPAIGNS IN PARTY-CENTRED POLITICS. *Information, Communication & Society*, 16(5), 757–774.
<https://doi.org/10.1080/1369118x.2013.782330>

Eurostat. (2019 juni). *Digital economy and society statistics - households and individuals - Statistics Explained*. Geraadpleegd op 1 september 2020, van
https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals

Fuchs, C. (2017). *Social Media*. Thousand Oaks, Canada: SAGE Publications.

Fuchs, C. (2018). *Nationalism 2.0: The Making of Brexit on Social Media*. Geraadpleegd van
<https://westminsterresearch.westminster.ac.uk/item/q432q/nationalism-2-0-the-making-of-brexit-on-social-media>

Enli, G., & Rosenberg, L. T. (2018). Trust in the Age of Social Media: Populist Politicians Seem More Authentic. *Social Media + Society*, 4(1), 205630511876443.
<https://doi.org/10.1177/2056305118764430>

Gattermann, K., & De Vreese, C. H. (2017). The role of candidate evaluations in the 2014 European Parliament elections: Towards the personalization of voting behaviour? *European Union Politics*, 18(3), 447–468.

<https://doi.org/10.1177/1465116517704519>

Golan, G. (2006). INTER-MEDIA AGENDA SETTING AND GLOBAL NEWS COVERAGE. *Journalism Studies*, 7(2), 323–333. <https://doi.org/10.1080/14616700500533643>

Graham, T., Jackson, D., & Broersma, M. (2014). New platform, old habits? Candidates' use of Twitter during the 2010 British and Dutch general election campaigns. *New Media & Society*, 18(5), 765–783. <https://doi.org/10.1177/1461444814546728>

Harder, R. A., Sevenans, J., & Van Aelst, P. (2017). Intermedia Agenda Setting in the Social Media Age: How Traditional Players Dominate the News Agenda in Election Times. *The International Journal of Press/Politics*, 22(3), 275–293.

<https://doi.org/10.1177/1940161217704969>

Heese, D. R. (2006, 28 november). *Mark Rutte kan wel voort, maar hij mag niet verslappen*. Geraadpleegd van <https://www.trouw.nl/nieuws/mark-rutte-kan-wel-voort-maar-hij-mag-niet-verslappen~b88c7043/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.ecosia.org%2F>

Holbert, R. L., Garrett, R. K., & Gleason, L. S. (2010). A New Era of Minimal Effects? A Response to Bennett and Iyengar. *Journal of Communication*, 60(1), 15–34.

<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01470.x>

- Howard, P. N. (2005). Deep Democracy, Thin Citizenship: The Impact of Digital Media in Political Campaign Strategy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 597(1), 153–170. <https://doi.org/10.1177/0002716204270139>
- Jacobs, K., & Spierings, N. (2016). Social Media, Parties, and Political Inequalities. *Palgrave Macmillan*, 45–76. <https://doi.org/10.1057/9781137533906>
- Jenkins, H., & Deuze, M. (2008). Editorial. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 5–12.
<https://doi.org/10.1177/1354856507084415>
- Jong, W., & Dückers, M. L. A. (2016). Self-correcting mechanisms and echo-effects in social media: An analysis of the “gunman in the newsroom” crisis. *Computers in Human Behavior*, 59, 334–341. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.032>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Holt, K. (2020). Populism and Alternative Media. *Perspectives on Populism and the Media*, 201–214. <https://doi.org/10.5771/9783845297392-201>
- Karlsson, M., & Clerwall, C. (2013). Negotiating Professional News Judgment and “Clicks”. *Nordicom Review*, 34(2), 65–76. <https://doi.org/10.2478/nor-2013-0054>
- Kasteleijn, N. (2014, 14 juli). *TMG stopt met Spits, krant gaat op in Metro*. Geraadpleegd op 10 juni 2020, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2014/07/14/tmg-stopt-met-spits-krant-gaat-op-in-metro-a1500903>

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>

Kim, S.-H., Han, M., Choi, D.-H., & Kim, J.-N. (2012). Attribute agenda setting, priming and the media's influence on how to think about a controversial issue. *International Communication Gazette*, 74(1), 43–59. <https://doi.org/10.1177/1748048511426991>

Kiousis, S., Kim, S.-Y., McDevitt, M., & Ostrowski, A. (2009). Competing for Attention: Information Subsidy Influence in Agenda Building during Election Campaigns. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(3), 545–562.

<https://doi.org/10.1177/107769900908600306>

Kist, R. (2017, 24 januari). *Zo proberen politieke partijen in jouw tijdlijn te komen*. Geraadpleegd van <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/01/24/zo-proberen-politieke-partijen-in-jouw-tijdlijn-te-komen-6281541-a1542657>

Kruikemeier, S. (2014). *Getting Connected*. Amsterdam, Nederland: Amsterdam University Press.

Kruikemeier, S., Gattermann, K., & Vliegenthart, R. (2018). Understanding the dynamics of politicians' visibility in traditional and social media. *The Information Society*, 34(4), 215–228. <https://doi.org/10.1080/01972243.2018.1463334>

Kruikemeier, S., van Noort, G., Vliegenthart, R., & de Vreese, C. H. (2013). Getting closer: The effects of personalized and interactive online political communication. *European*

Journal of Communication, 28(1), 53–66.

<https://doi.org/10.1177/0267323112464837>

Lee, A. M., Lewis, S. C., & Powers, M. (2012). Audience Clicks and News Placement.

Communication Research, 41(4), 505–530.

<https://doi.org/10.1177/0093650212467031>

Lee, B., Lancendorfer, K. M., & Lee, K. J. (2005). Agenda-setting and the internet: The intermedia influence of internet bulletin boards on newspaper coverage of the 2000 general election in South Korea. *Asian Journal of Communication*, 15(1), 57–71.

<https://doi.org/10.1080/0129298042000329793>

Louwerse, T., & Otjes, S. (2016). Personalised parliamentary behaviour without electoral incentives: the case of the Netherlands. *West European Politics*, 39(4), 778–799.

<https://doi.org/10.1080/01402382.2015.1111041>

Manthorpe, R. T. C. (2019, 31 juli). *Cambridge Analytica worked on Brexit campaign, emails claim*. Geraadpleegd van <https://news.sky.com/story/cambridge-analytica-worked-on-brexit-campaign-emails-claim-11773350>

Mathes, R., & Pfetsch, B. (1991). The Role of the Alternative Press in the Agenda-Building Process: Spill-over Effects and Media Opinion Leadership. *European Journal of Communication*, 6(1), 33–62. <https://doi.org/10.1177/0267323191006001003>

McCombes, M., Lopez-Escobar, E., & Llamas, J. P. (2000). Setting the Agenda of Attributes in the 1996 Spanish General Election. *Journal of Communication*, 50(2), 77–92.

<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02842.x>

McCombs, M. (2005). A Look at Agenda-setting: past, present and future. *Journalism Studies*, 6(4), 543–557. <https://doi.org/10.1080/14616700500250438>

Miladi, N. (2016). Social Media and Social Change. *Digest of Middle East Studies*, 25(1), 36–51. <https://doi.org/10.1111/dome.12082>

Morris, D. S. (2017). Twitter Versus the Traditional Media. *Social Science Computer Review*, 36(4), 456–468. <https://doi.org/10.1177/0894439317721441>

NL Times. (2020, 8 september). *Dutch politicians facing more and increasingly serious threats: report*. Geraadpleegd op 13 oktober 2020, van <https://nltimes.nl/2020/09/08/dutch-politicians-facing-increasingly-serious-threats-report>

Noelle-Neumann, E., & Mathes, R. (1987). The ‘Event as Event’ and the ‘Event as News’: The Significance of ‘Consonance’ for Media Effects Research. *European Journal of Communication*, 2(4), 391–414. <https://doi.org/10.1177/0267323187002004002>

Nott, L. (2020, 26 juni). *Political Advertising on Social Media Platforms*. Geraadpleegd op 13 oktober 2020, van https://www.americanbar.org/groups/crsj/publications/human_rights_magazine_home/voting-in-2020/political-advertising-on-social-media-platforms/

Obar, J. A., & Wildman, S. S. (2015). Social Media Definition and the Governance Challenge: An Introduction to the Special Issue. *SSRN Electronic Journal*, 745–750. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2647377>

Olsen, R. K., & Solvoll, M. K. (2018). Reinventing the business model for local newspapers by building walls. *Journal of Media Business Studies*, 15(1), 24–41.
<https://doi.org/10.1080/16522354.2018.1445160>

Ortiz-Ospina, E. (2019, 18 september). *The rise of social media*. Geraadpleegd op 10 juni 2020, van <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>

Park, C. L. (2004). What is the value of replicating other studies? *Research Evaluation*, 13(3), 189–195. <https://doi.org/10.3152/147154404781776400>

Paulussen, S., & Harder, R. A. (2014). Social Media References in Newspapers. *Journalism Practice*, 8(5), 542–551. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.894327>

Penders, Holbrook, & de Rijcke. (2019). Rinse and Repeat: Understanding the Value of Replication across Different Ways of Knowing. *Publications*, 7(3), 52.
<https://doi.org/10.3390/publications7030052>

Peterson, M. A. (2005). *Anthropology & Mass Communication*. Amsterdam, Nederland: Adfo Books.

Polk, J., Rovny, J., Bakker, R., Edwards, E., Hooghe, L., Jolly, S., ... Zilovic, M. (2017). Explaining the salience of anti-elitism and reducing political corruption for political parties in Europe with the 2014 Chapel Hill Expert Survey data. *Research & Politics*, 4(1), 205316801668691. <https://doi.org/10.1177/2053168016686915>

Rogers, E. M., Dearing, J. W., & Bregman, D. (1993). The Anatomy of Agenda-Setting Research. *Journal of Communication*, 43(2), 68–84. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01263.x>

Rogstad, I. (2016). Is Twitter just rehashing? Intermedia agenda setting between Twitter and mainstream media. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(2), 142–158.
<https://doi.org/10.1080/19331681.2016.1160263>

Rutten, R. (2020, 6 juli). *Baudet koestert zijn eigen mediamuur*. Geraadpleegd op 10 oktober 2020, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2020/07/06/in-het-fvd-journaal-kan-baudet-zijn-eigen-gang-gaan-a4005113>

Salmon, C. T., & Murray-Johnson, L. (2013). Communication campaign effectiveness and effects: Some critical distinctions. In *Public Communication Campaigns* (Vol. 3, pp. 99–112). Geraadpleegd van
<https://books.google.nl/books?hl=en&lr=&id=B7J1AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA99&dq=Communication+campaign+effectiveness+and+effects:+Some+critical+distinctions+&ots=Cxz85LS8OJ&sig=3OhzlC1xWHv5z6RCOztsfVK3KCl#v=onepage&q=Communication%20campaign%20effectiveness%20and%20effects%3A%20Some%20critical%20distinctions&f=false>

Scheufele, D. A. (2000). Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication. *Mass Communication and Society*, 3(2–3), 297–316. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0323_07

Seethaler, J., & Melischek, G. (2012). Kommt es in Österreich zu neuen Allianzen zwischen Medien und Parteien? *Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit*, 93–125.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-00348-7_7

Shehata, A., & Strömbäck, J. (2013). Not (Yet) a New Era of Minimal Effects. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 234–255.

<https://doi.org/10.1177/1940161212473831>

Singer, P. W., & Brooking, E. T. (2018). *Likewar*. Boston, New York: Houghton Mifflin Harcourt.

Skovsgaard, M., & Van Dalen, A. (2013). DODGING THE GATEKEEPERS? *Information, Communication & Society*, 16(5), 737–756.

<https://doi.org/10.1080/1369118x.2013.783876>

Soroka, S. N. (2002). Issue Attributes and Agenda-Setting by Media, the Public, and Policymakers in Canada. *International Journal of Public Opinion Research*, 14(3), 264–285. <https://doi.org/10.1093/ijpor/14.3.264>

Statista. (2020, 10 september). *Topic: Social media and politics in the United States*. Geraadpleegd op 6 oktober 2020, van <https://www.statista.com/topics/3723/social-media-and-politics-in-the-united-states/>

Steffers, K. (2020, 26 juli). *Wilders gaat KEIHARD af, roept op tot boycot media terwijl hij zichzelf juist van de media distantieert!* Geraadpleegd op 13 oktober 2020, van <https://www.dagelijksestandaard.nl/2020/07/wilders-gaat-keihard-af-roept-op-tot-boycot-media-terwijl-hij-zichzelf-juist-van-de-media-distantieert/>

Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M. (2018). Election Campaigning on Social Media: Politicians, Audiences, and the Mediation of Political Communication on Facebook

and Twitter. *Political Communication*, 35(1), 50–74.

<https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334728>

Sweetser, K. D., Golan, G. J., & Wanta, W. (2008). Intermedia Agenda Setting in Television, Advertising, and Blogs During the 2004 Election. *Mass Communication and Society*, 11(2), 197–216. <https://doi.org/10.1080/15205430701590267>

Takken, W. (2021a, 22 februari). *VVD'ers lijken niet op PVV'ers en de jonge man zweeft het meest*. Geraadpleegd op 9 maart 2021, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2021/02/22/wat-de-kiezer-leest-volgt-en-kijkt-a4032777>

Takken, W. (2021b, 2 april). *Vrouwelijke lijsttrekkers krijgen minder media-aandacht*. Geraadpleegd op 30 april 2021, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2021/04/02/vrouwelijke-lijsttrekkers-krijgen-minder-media-aandacht-a4038350>

Tandoc, E. C. (2014). Journalism is twerking? How web analytics is changing the process of gatekeeping. *New Media & Society*, 16(4), 559–575.

<https://doi.org/10.1177/1461444814530541>

The Wall Street Journal. (2005, 23 mei). *How Old Media Can Survive In a New World*.

Geraadpleegd van <https://www.wsj.com/articles/SB111643067458336994>

Tosun, N., & Donmez, M. (2019). Use of Transmedia Storytelling Within the Context of Postmodern Advertisement. *Advances in Media, Entertainment, and the Arts*, 350–372. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5357-1.ch018>

University of Twente. (2020, 8 april). *Behavioural Data Science Incubator*. Geraadpleegd op 6 oktober 2020, van <https://www.utwente.nl/en/bms/research/support/news/2020/4/575342/behavioural-data-science-incubator>

Van Aelst, P., & Walgrave, S. (2002). New media, new movements? The role of the internet in shaping the ‘anti-globalization’ movement. *Information, Communication & Society*, 5(4), 465–493. <https://doi.org/10.1080/13691180208538801>

van Ammelrooy, P. (2020, 17 april). *Afscheid van laatste gratis krant: Metro verschijnt niet meer op papier*. Geraadpleegd op 10 juni 2020, van <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/afscheid-van-laatste-gratis-krant-metro-verschijnt-niet-meer-op-papier~b009bee0/?referer=https%3A%2F%2Fwww.ecosia.org%2F>

Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14. Geraadpleegd van https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2309065

Van Kessel, S. (2016). Shifting the blame. Populist politicians’ use of Twitter as a tool of opposition. *Journal of Contemporary European Research*, 12(2), 0. Geraadpleegd van <http://www.jcer.net/index.php/jcer/article/view/709>

Vliegenthart, R., & Walgrave, S. (2008). The Contingency of Intermedia Agenda Setting: A Longitudinal Study in Belgium. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85(4), 860–877. <https://doi.org/10.1177/107769900808500409>

Vonbun, R., Königslöw, K. K.-, & Schoenbach, K. (2016). Intermedia agenda-setting in a multimedia news environment. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 17(8), 1054–1073. <https://doi.org/10.1177/1464884915595475>

Wagner, C. E. (2014). The hybrid media system: Politics and power. *New Media & Society*, 16(4), 698–699. <https://doi.org/10.1177/1461444814524163>

Van Aelst, P., van Erkel, P., D'heer, E., & Harder, R. A. (2016). Who is leading the campaign charts? Comparing individual popularity on old and new media. *Information, Communication & Society*, 20(5), 715–732.
<https://doi.org/10.1080/1369118x.2016.1203973>

Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (2019). *The Handbook of Journalism Studies*. Abingdon, Verenigd Koninkrijk: Routledge.

Want, W., & Ganhem, S. (2007). Effects of Agenda Setting. *Mass Media Effects Research: Advances Through Meta-Analysis*, 37–51. Geraadpleegd van
https://books.google.nl/books?hl=en&lr=&id=yPOC_1SoK8cC&oi=fnd&pg=PT61&ots=XUIsN053O6&sig=-83d9_eVXWNsUpgxiTcFaq7Xmo&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Ward, K. (2018). Social networks, the 2016 US presidential election, and Kantian ethics: applying the categorical imperative to Cambridge Analytica's behavioral microtargeting. *Journal of Media Ethics*, 33(3), 133–148.
<https://doi.org/10.1080/23736992.2018.1477047>

Van der Pas, D. J., & Aaldering, L. (2020). Gender Differences in Political Media Coverage: A Meta-Analysis. *Journal of Communication*, 70(1), 114–143.
<https://doi.org/10.1093/joc/jqz046>

Weaver, D. (1991). ISSUE SALIENCE AND PUBLIC OPINION: ARE THERE CONSEQUENCES OF AGENDA-SETTING? *International Journal of Public Opinion Research*, 3(1), 53–68.
<https://doi.org/10.1093/ijpor/3.1.53>

Weeks, B. E., Ardèvol-Abreu, A., & Gil de Zúñiga, H. (2015). Online Influence? Social Media Use, Opinion Leadership, and Political Persuasion. *International Journal of Public Opinion Research*, edv050. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edv050>

Welbers, K., & Opgenhaffen, M. (2018). Presenting News on Social Media. *Digital Journalism*, 7(1), 45–62. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1493939>

White, C. S. (1997). Citizen Participation and the Internet: Prospects for Civic Deliberation in the Information Age. *The Social Studies*, 88(1), 23–28.

<https://doi.org/10.1080/00377999709603741>

Vos, D. (2014). Which Politicians Pass the News Gates and Why? Explaining Inconsistencies in Research on News Coverage of Individual Politicians. *International Journal of Communication*, 8, 2438–2461. Geraadpleegd van
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/2572/1264>

Yarchi, M., & Samuel-Azran, T. (2018). Women politicians are more engaging: male versus female politicians' ability to generate users' engagement on social media during an election campaign. *Information, Communication & Society*, 21(7), 978–995.

<https://doi.org/10.1080/1369118x.2018.1439985>

Appendix 1. Twitter usernames

Name	Twitter username
achraf bouali	achrafboualiD66
agnes mulder	AgnesMulderCDA
albert van den bosch	AvandenBoschVVD
alexander knops	No Twitter account
alexander pechtold	APechtold
andre bosman	andrebosman
anne kuik	AnneKuik
anne mulder	a_mulder
antje diertens	AntjeDiertens
arne weverling	ArneWeverling
arno rutte	arnorutte
attje kuiken	attjekuiken
aukje de vries	aukjedevries
barbara visser	Barbara_Visser1
barry madlener	No Twitter account
bart snels	bartsnels
bart van kent	bartvankent
bas van t wout	bvantwout
bente becker	bentebecker
bram van ojik	BramvanOjikGL
carla dik faber	carladikfaber
carola schouten	carolaschouten
cem lacin	CemLacin
chantal nijkerken- de haan	cnijkerken
chris van dam	ChrisvanDamCDA
corinne ellemeet	CorinneEllemeet
corrie van brenk	CvanBrenk
danai van weerdenburg	Danai_PVV
daniel koerhuis	danielkoerhuis
dennis wiersma	DennisWiersma
dilan yesilgoz	DilanYesilgoz

dion graus	realDionGraus
edgar mulder	edgarmulder1
elbert dijkgraaf	elbertdijkgraaf
emile roemer	emileroemer
eppo bruins	eppobruins
erik ronnes	ErikRonne
erik ziengs	erikziengs
esther ouwehand	estherouwehand
farid azarkan	F_azarkan
femke merel van kooten	FemkeMerel
fleur agema	FleurAgemaPVV
foort van oosten	foortvanoosten
frank futselaar	FrankFutselaar
frank wassenberg	WassenbergFrank
gabrielle popken	gjfpopken
geert wilders	geertwilderspvv
gert-jan segers	gertjansegers
gidimarkuszower	GidiMarkuszower
gijs van dijk	dijkvangijs
halbe zijlstra	HalbeZijlstra
han ten broeke	HanTenBroeke
hanke bruins slot	HankeBruinsSlot
harm beertema	harmbeertema
harry van der molen	harryvdmolen
helma lammers	HelmalammersVVD
henk krol	HenKrol
henk nijboer	henknijboer
ingrid van engelshoven	ivanengelshoven
isabelle diks	IsabelleDiks
jaco geurts	JacoGeurts
jan middendorp	Jan_Middendorp
jan paternotte	jpaternotte
jasper van dijk	JaspervanDijkSP
jeanine hennis	JeanineHennis
jeroen dijsselbloem	J_Dijsselbloem
jesse klaver	jesseklaever
jessica van eijs	JessicaVanEijs
joba van den berg	JobaCDA
joel voordewind	JoelVoordewind
karen gebrands	KarenGerbrands1
kathalijne buitenweg	kathalijne

kees van der staaij	keesvdstaaij
kees verhoeven	KeesVee
khadija arib	khadijaArib
kirsten van den hul	kirstenvdhul
klaas dijkhoff	dijkhoff
lammert van raan	LammertvanRaan
leon de jong	leondejong
leonie sazias	LeonieSazias
liesbeth van tongeren	GroenLiesbeth
lilian helder	lilianhelderpvv
lilian marijnissen	MarijnissenL
lianne ploumen	No Twitter account
linda voortman	lindavoortman
lisa westerveld	Lisawesterveld
lodewijk asscher	LodewijkA
maarten groothuizen	GroothuizenD66
maarten hijink	MaartenHijink
machiel de graaf	GraafdeMachiel
madeleine van toorenburg	MvanToorenburg
malik azmani	MalikAzmani
marianne thieme	mariannethieme
mark harbers	markharbers
mark rutte	markrutte, MinPres
martijn van helvert	Martijncda
martin bosma	Martinbosma_pvv
martin van rooijen	MvRooijen
martin worsdorfer	Worsdorfer
maurits von martels	mvonmartels
michel rog	michelrog
michiel van nispen	MichielvNispen
mona keijzer	MonaKeijzer
mustafa amhaouch	MustafaAmhaouch
nevin ozutok	NevinOzutok
nine kooiman	NineKooiman
ockje tellegen	ockjetellegen
paul van meenen	Paul_van_Meenen
peter kwint	peterkwint
pia dijkstra	piadijkstra
pieter duisenberg	PDuisenberg
pieter heerma	PieterHeerma
pieter omtzigt	PieterOmtzigt

raymond de roon	r_deroonpvv
raymond knops	RaymondKnops
remco dijkstra	remcovvd
rene peters	RenePetersOss
rens raemakers	RensRaemakers
renske leijten	RenskeLeijten
rik grashoff	rikgrashoff
rob jetten	RobJetten
roelof bisschop	BisschopRoelof
ronald van raak	No Twitter account
roy van aalst	rvanaalst
sadet karabulut	SadetKarabulut
salima belhaj	SalimaBelhaj
sander dekker	SanderDekker
sandra beckerman	SandraBeckerman
selcuk ozturk	selcukozturknl
sharon dijksma	sharon_dijksma
sietse fritsma	No Twitter account
sjoerd sjoerdsma	swsjoerdsma
sophie hermans	Sophie_Hermans
steven van weyenbergh	svanweyenbergh
stientje van veldhoven	SvVeldhoven
suzanne kroger	suzanne_GL
sven koopmans	SvenKoopmansVVD
sybrand buma	sybrandbuma
tamara van ark	tamaravanark
teun van dijck	DijckTeunPVV
theo hiddema	THiddema
thierry baudet	thierrybaudet
tjeerd de groot	TjeerdD66
tom van der lee	TomvanderLee
tunahan kuzu	tunahankuzu
vera bergkamp	Vera_Bergkamp
vicky maeijer	VickyMaeijer
wouter koolmees	wkoolmees
zihni ozdil	ZihniOzdil
zohair el yassini	ZelYassini

Appendix 2. Full list of news articles

Name	Publication date	Headline	Publication
Achraf Bouali			
Agnes Mulder			
Albert van den Bosch			
Alexander Kops			
Alexander Pechtold	28-2-2017	Verliezer	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 499 words
Alexander Pechtold	28-2-2017	Paaien met proefballonnen	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 636 words
Alexander Pechtold	28-2-2017	Het verkiezingsdebat dat niemand zich zal heugen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 640 words NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 1030 words
Alexander Pechtold	28-2-2017	En meteen is daar de tweet: #waarwasBuma	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 103 words
Alexander Pechtold	28-2-2017	Buitenlandse pers II Ook Pechtold krijgt aandacht	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 570 words
Alexander Pechtold	28-2-2017	Welke lijsttrekker heeft zich in het RTL-debat het beste gepresenteerd als potentiële premier?	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 006, 1366 words
Alexander Pechtold	1-3-2017	'Wij krijgen meestal onze zin'	de Volkskrant, V Opening; Blz. 14, 537 words
Alexander Pechtold	1-3-2017	Verliezen	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 877 words
Alexander Pechtold	1-3-2017	Voor Asscher dringt de tijd	NRC Handelsblad, Media; Blz. 12, 492 words
Alexander Pechtold	1-3-2017	Jinek de furie zet Jan Roos in de hoek	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 8, 362 words
Alexander Pechtold	2-3-2017	Het eeuwige euvel van D66	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 9, 938 words
Alexander Pechtold	2-3-2017	De lijsttrekkers hollen zich gek	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 22, 87 words
Alexander Pechtold	2-3-2017	informatief Politicologica NPO 2, 23.10-23.55u	Beveiliging Geert Wilders gaat weer buiten campagne voeren
Alexander Pechtold	2-3-2017	Verbinden in tijden van populisme	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1571 words
Alexander Pechtold	3-3-2017	Pauw & Jinek bewijzen: als rechtse politicus ben je in Nederland de lul'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 10, 11,

			621 words
Alexander Pechtold	3-3-2017	D66 (30 seconden)	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 11, 78 words
Alexander Pechtold	3-3-2017	Overuren voor verkiezingskrant	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 424 words
Alexander Pechtold	3-3-2017	Posters	de Volkskrant, V DIDU; Blz. 24, 459 words
Alexander Pechtold	3-3-2017	Filmpjes	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 416 words
Alexander Pechtold	3-3-2017	De kiezer wil controle: de grens is terug	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1770 words
Alexander Pechtold	3-3-2017	Nog liever naar Molenbeek	NRC Handelsblad, Media; Blz. 20, 576 words
Alexander Pechtold	3-3-2017	Iezersreacties	Trouw, Opinie; Blz. 23, 500 words
Alexander Pechtold	3-3-2017	Coalitie richt alle pijlen op 'vakantievierder'	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 529 words
Alexander Pechtold	3-3-2017	Buma	
Alexander Pechtold	3-3-2017	Voor de campagne hoeft Wilders de straat niet op	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 5, 707 words
Alexander Pechtold	4-3-2017	Turks campagnefeestje in Nederland 'ongewenst'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 530 words
Alexander Pechtold	4-3-2017	Hulp bij sterven	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 34, 309 words
Alexander Pechtold	4-3-2017	Honkbal wars van politiek	De Telegraaf, SPORT; Blz. 003, 493 words
Alexander Pechtold	4-3-2017	Terug naar Nederland zoals het nooit was	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 10, 11, 8, 9, 2118 words
Alexander Pechtold	4-3-2017	De richtingloosheid regeert	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 815 words
Alexander Pechtold	4-3-2017	Hartstikke goed dat Klaver volle zalen trekt	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1710 words
Alexander Pechtold	4-3-2017	Christelijke partijen: D66 gaat te ver met 'voltooid leven'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 226 words
Alexander Pechtold	4-3-2017	ideeën over de grens	Trouw, Letter en Geest; Blz. 15, 563 words
Alexander Pechtold	4-3-2017	Warhoofdje	Trouw, Letter en Geest; Blz. 2, 521 words
Alexander Pechtold	4-3-2017	Kieskompas: Rutte blijft favoriet als premier	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 568 words
Alexander Pechtold	4-3-2017	Ook Nederland wil geen Turkse campagne	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 642 words
Alexander Pechtold	4-3-2017	Marianne Thieme krijgt in Carrédebat haar gouden kans	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 5, 881 words
Alexander Pechtold	4-3-2017	Ophef na uitspraken Pechtold over 'voltooid leven' onder de 75 jaar	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 376 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	[Lijsttrekkers (vlnr) Jesse Klaver (GroenLinks), Em...]*	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 53 words

Alexander Pechtold	6-3-2017	Wilders: 'Meer chocoladeletters'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 989 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	Zes lijsttrekkers voor één dag hoofdredacteur	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 001, 42 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	De klus bijna geklaard	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 022, 114 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	Premier voor iedereen	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 022, 623 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	Maart-model	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 024, 76 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	Waar blijven Mo, Saloua en Samira op televisie?	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 18, 824 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	Turkse ministers weigeren, dat is echt een 'paardenmiddel'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 10, 646 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	Een koning stemt nu eenmaal niet, zelfs niet op de Niet Stemmers	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 403 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	Rutte moet toekijken hoe Buma naar rechts lonkt	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 808 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	Altijd positief nieuws in je eigen partijkrant	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 689 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	Te weinig vrouwen aan tafel	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 589 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	informatief Danny zoekt stemmers NPO 3, 22.15-22.30u.	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 181 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	Krantje maken	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 494 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	Buma zoekt positie op rechts, Asscher vooral in defensief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 929 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 4, 576 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	De stem van Nassouwe	Trouw, De Verdieping; Blz. 16, 519 words
Alexander Pechtold	6-3-2017	President Erdogan komt desnoods zelf campagnevoeren	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 773 words
Alexander Pechtold	7-3-2017	Diana wuift kritiek weg	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 478 words
Alexander Pechtold	7-3-2017	'Ze beloven gouden bergen'	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 562 words
Alexander Pechtold	7-3-2017	Emile Roemer 'Mensen moeten beseffen op wie ze kwaad moeten zijn'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 1812 words
Alexander Pechtold	7-3-2017	Sushi	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 576 words
Alexander Pechtold	7-3-2017	Grondrechten Turken moeten ook hier kunnen spreken	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 17, 603 words
Alexander Pechtold	7-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 8, 578 words
Alexander Pechtold	7-3-2017	VVD in laatste week op jacht naar de 'premierbonus'	Trouw, Nederland; Blz. 7, 652 words

Alexander Pechtold	7-3-2017	Nederland en Turkije op ramkoers	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 627 words
Alexander Pechtold	8-3-2017	Asscher belandt in Hofvijver	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 004, 332 words
Alexander Pechtold	8-3-2017	Beloofte tot gelijke rechten	De Telegraaf, VROUW; Blz. 011, 186 words
Alexander Pechtold	8-3-2017	Campagne die over de campagne gaat	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 689 words
Alexander Pechtold	8-3-2017	Torentje Prik voor het Jeugdjournaal	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 456 words
Alexander Pechtold	8-3-2017	Reageer maar eens op deze boze burger	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 895 words
Alexander Pechtold	8-3-2017	Gamechanger	de Volkskrant, V Opening; Blz. 14, 543 words
Alexander Pechtold	8-3-2017	Stem op mij	de Volkskrant, V Opening; Blz. 4, 5, 6, 7, 3136 words
Alexander Pechtold	8-3-2017	'Als ik premier ben, zal het niet foutloos gaan'	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 1569 words
Alexander Pechtold	8-3-2017	De campagne van burgers vs. politici	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 796 words
Alexander Pechtold	8-3-2017	Ik geef een bemoedigende Jezus	Trouw, Cultuur en Media; Blz. 15, 798 words
Alexander Pechtold	8-3-2017	Niet politici maar kiezers zorgen voor het debat	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 673 words
Alexander Pechtold	8-3-2017	Kwartetten met de lijsttrekkers	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 608 words
Alexander Pechtold	9-3-2017	Met de tong op de schoenen naar de finish	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 662 words
Alexander Pechtold	9-3-2017	druk	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 9, 88 words
Alexander Pechtold	9-3-2017	Het Nederland dat de wereld amper ziet	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 452 words
Alexander Pechtold	9-3-2017	De man achter Jesse Klavers onemanshow	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1450 words
Alexander Pechtold	9-3-2017	Donaties Ondernemer Thünnessen doneert fors aan 50Plus	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 161 words
Alexander Pechtold	9-3-2017	Als de Stemtrein rijdt, slaat de ernst toe	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 620 words
Alexander Pechtold	9-3-2017	Campagne biedt ruimte aan uitdagers	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 655 words
Alexander Pechtold	9-3-2017	Politici treinen met jonge kiezers	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 597 words
Alexander Pechtold	9-3-2017	Hoe gaan we de polarisatie bestrijden en positiviteit in de samenleving pompen?	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 235 words
Alexander Pechtold	10-3-2017	Wij zijn geen tweede keus meer'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 10, 11, 1376 words
Alexander	10-3-	Burgers	AD/Algemeen Dagblad,

Pechtold	2017		Nieuwsdienst; Blz. 2, 376 words
Alexander Pechtold	10-3-2017	Kijk eens weg van overheid bij levenseinde	Trouw, Gezondheid en Zorg; Blz. 12, 680 words
Alexander Pechtold	11-3-2017	Jesse Klaver is tofu'	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 42, 440 words
Alexander Pechtold	11-3-2017	De misrekening van Mark Rutte	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 870 words
Alexander Pechtold	11-3-2017	Als lijsttrekker kun je maar beter voor Feyenoord zijn	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 8, 9, 1206 words
Alexander Pechtold	11-3-2017	Respectloos	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 494 words
Alexander Pechtold	11-3-2017	Maar kunnen ze ook schrijven?	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 16, 17, 18, 19, 1985 words
Alexander Pechtold	11-3-2017	TV-tips	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 71, 375 words
Alexander Pechtold	11-3-2017	'D66? Voel ik weinig bij'	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 13, 1394 words
Alexander Pechtold	11-3-2017	Wie is hier nou gek?	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 506 words
Alexander Pechtold	11-3-2017	Hij laat geen angst zien voor de macht	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 14, 3284 words
Alexander Pechtold	11-3-2017	Zet Wilders nog een grote mond op?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 641 words
Alexander Pechtold	11-3-2017	Tot een tweestrijd met Wilders is het nog niet gekomen	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 525 words
Alexander Pechtold	11-3-2017	Kees Homan: Bij D66 ben je veilig	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 7, 246 words
Alexander Pechtold	11-3-2017	Pechtold heeft eigen verhaal	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 200 words
Alexander Pechtold	13-3-2017	Nét voor 15 maart barst de bom	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 3, 636 words
Alexander Pechtold	13-3-2017	Mag ik van jou van de hobbyisten...	NRC Handelsblad, Achterpagina; Blz. 20, 158 words
Alexander Pechtold	13-3-2017	Politiek is niet: romantisch de hele dag nieuwe dingen doen	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 1789 words
Alexander Pechtold	14-3-2017	Eindelijk echte opponent	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 1040 words
Alexander Pechtold	14-3-2017	Affaire-Turkije geeft Rutte nieuw 'pleur moment'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 399 words
Alexander Pechtold	14-3-2017	Schijnvertoning	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 560 words
Alexander Pechtold	14-3-2017	Doorschijn van Ierse burgers delibereert over netelige zaken	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 22, 23, 2095 words
Alexander	14-3-	Haagse eensgezindheid over Turkije verleden	de Volkskrant, Ten Eerste;

Pechtold	2017	tijd	Blz. 8, 9, 934 words
Alexander Pechtold	14-3-2017	De lijsttrekker in het wild bewaakt altijd zijn imago	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 1741 words
Alexander Pechtold	14-3-2017	Slotdebat De enige keer Rutte vs. Wilders	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 92 words
Alexander Pechtold	14-3-2017	Nederland onder premier...	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 926 words
Alexander Pechtold	14-3-2017	Eensgezindheid	Trouw, Vandaag; Blz. 2, 519 words
Andre Bosman	11-3-2017	De magie van Polaroid	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 040, 1625 words
Andre Bosman	11-3-2017	De magie van Polaroid	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 042, 1625 words
Andre Bosman	11-3-2017	De magie van Polaroid	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 044, 1625 words
Anne Kuik			
Anne Mulder	4-3-2017		
Antje Diertens	2-3-2017		De Volkskrant
Arne Weverling			
Arno Rutte			
Attje Kuiken	8-3-2017	Hoe staat het met de positie van de vrouw?	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 759 words
Attje Kuiken	9-3-2017	Vrouwendag werd (bijna) niet gevierd	NRC Handelsblad, Media; Blz. 16, 546 words
Attje Kuiken	10-3-2017	Partijen willen Nederland in beweging houden, maar hoe?	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 6, 446 words
Aukje de Vries	1-3-2017	Overnames twistpunt	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 021, 480 words
Aukje de Vries	2-3-2017	Bankbuffers	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 022, 481 words
Barbara Visser	6-3-2017	Links maakt autorijken onbetaalbaar	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 005, 278 words
Barbara Visser	10-3-2017	Partijen willen Nederland in beweging houden, maar hoe?	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 6, 446 words
Barry Madlener	2-3-2017	De gezichten van het team-Wilders	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 1431 words
Barry Madlener	11-3-2017	De stille kracht achter wilders	de Volkskrant, Vonk; Blz. 10, 2863 words
Bart Snels	9-3-2017		NRC Handelsblad
Bart van Kent			
Bas van 't Wout			
Bente Becker			
Bram van Ojik	28-2-2017	Hier is dan jullie wereld zonder de dominante VS'	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1863 words
Bram van Ojik	28-2-2017	Bij vrijwel alle politieke partijen staat Defensie weer in de gunst	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 637 words

Bram van Ojik	3-3-2017	Buitenland: terug achter de dijken of niet?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 784 words
Bram van Ojik	9-3-2017	De man achter Jesse Klavers onemanshow	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1450 words
Bram van Ojik	10-3-2017	Jesse 'live' is ultieme hit voor GroenLinks	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 547 words
Bram van Ojik	11-3-2017	De Jessias spreekt	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 575 words
Bram van Ojik	11-3-2017	Wat voor kiezer bent u?	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1977 words
Carla Dik-Faber	8-3-2017	Het echte zorgdebat is in het land, niet op radio en tv	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 640 words
Carla Dik-Faber	13-3-2017	Hoeders van de progressieve kroonjuwelen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 1526 words
Carola Schouten	2-3-2017	Zeldzaam: vrouw die minister wil zijn	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 10, 11, 625 words
Carola Schouten	6-3-2017	Maak een minister verantwoordelijk voor schuldenaanpak'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 10, 578 words
Carola Schouten	7-3-2017	ChristenUnie rent en fietst via de regio naar Den Haag	Trouw, Nederland; Blz. 7, 172 words
Carola Schouten	8-3-2017	Hoe staat het met de positie van de vrouw?	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 759 words
Carola Schouten	14-3-2017	Voor de ChristenUnie zit de groei in de Bijlmer	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 693 words
Cem Laçin			
Chantal Nijkerken-de Haan			
Chris van Dam	11-3-2017	Wie geen redder ziet, zweeft	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 2121 words
Chris van Dam	11-3-2017	Stemadviezen van een leraar, een moeder, een Groninger	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 10, 1254 words
Corinne Ellemeet			
Corrie van Brenk	3-3-2017	Geen kaartjes meer kopen en altijd de beste plek	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 285 words
Corrie van Brenk	8-3-2017	Rustig ten strijde tegen de cowboys	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1321 words
Corrie van Brenk	10-3-2017	Nieuwe FNV-voorman spreekt de taal van de polder én van de straat	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 22, 450 words
Danai van Weerdenburg	8-3-2017		AD
Daniel Koerhuis			
Dennis Wiersma	8-3-2017	Wiegel proost op VVD-campagne	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 013, 487 words
Dennis	8-3-2017	Rustig ten strijde tegen de cowboys	Trouw, De Verdieping; Blz. 6,

Wiersma			7, 1321 words
Dennis Wiersma	11-3-2017	Stemadviezen van een leraar, een moeder, een Groninger	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 10, 1254 words
Dennis Wiersma	11-3-2017	Tegen de tweedeling, voor de kwetsbaren	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 2, 997 words
Dennis Wiersma	13-3-2017	Met de ambulance naar de kiezer	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 592 words
Dilan Yesilgöz-Zegerius			
Dion Graus	4-3-2017	Krijg je als politicus ineens een slang om je nek gedrapeerd	Trouw, Service; Blz. 22, 378 words
Dion Graus	8-3-2017	Asiel Geen nieuwe poes voor Wilders VNL Geen rechtse partij bij islamdebat	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 178 words
Dion Graus	10-3-2017	Wilders aan de horizon	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 27, 784 words
Edgar Mulder			
Elbert Dijkgraaf			
Emile Roemer	28-2-2017	Het verkiezingsdebat dat niemand zich zal heugen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 640 words
Emile Roemer	28-2-2017	En meteen is daar de tweet: #waarwasBuma	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 1030 words
Emile Roemer	1-3-2017	Desinteresse	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 506 words
Emile Roemer	1-3-2017	Campagnedag	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 37 words
Emile Roemer	1-3-2017	StukRoodVlees Gamechanger RTL kan nog komen	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 89 words
Emile Roemer	1-3-2017	Voor Asscher dringt de tijd	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 877 words
Emile Roemer	1-3-2017	'Ik weigerde mezelf te zien als kansloos'	NRC Handelsblad, Media; Blz. 10, 1403 words
Emile Roemer	1-3-2017	Pauw & Jinek: omdat er niet één kan achterblijven	Trouw, Service; Blz. 16, 536 words
Emile Roemer	2-3-2017	Fantastische satire van Arjen Lubach'	AD/Algemeen Dagblad, AD Nationaal; Blz. 40, 297 words
Emile Roemer	2-3-2017	De lijsttrekkers hollen zich gek	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 9, 938 words
Emile Roemer	2-3-2017	Beveiliging Geert Wilders gaat weer buiten campagne voeren	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 141 words
Emile Roemer	2-3-2017	Compliment voor Keijzer, die loskomt van 'soort truttligheid'	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 162 words
Emile Roemer	3-3-2017	Overuren voor verkiezingskrant	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 424 words
Emile Roemer	3-3-2017	Nep	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 549 words
Emile Roemer	3-3-2017	'Nederland is de grootste nettobetaler van Europa'	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 219 words
Emile Roemer	3-3-2017	Filmpjes	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 416 words
Emile	3-3-2017	De kiezer wil controle: de grens is terug	NRC Handelsblad, Den Haag;

Roemer			Blz. 10, 1770 words
Emile Roemer	3-3-2017	Op jacht naar de thuisblijvers	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1633 words
Emile Roemer	3-3-2017	Nieuwsuur' blijft scherp, Jort Kelder gaat bijna vliegen	Trouw, Service; Blz. 16, 533 words
Emile Roemer	4-3-2017	Ach mevrouw, ze overdrijven zo'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 1892 words
Emile Roemer	4-3-2017		NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 12, 1268 words
Emile Roemer	4-3-2017	'Ineens rolde er een bal door mijn klas'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 12, 313 words
Emile Roemer	4-3-2017	Marianne Thieme krijgt in Carrédebat haar gouden kans	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 5, 881 words
Emile Roemer	6-3-2017	[Lijsttrekkers (vlnr) Jesse Klaver (GroenLinks), Em...]*	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 53 words
Emile Roemer	6-3-2017	Wilders: 'Meer chocoladeletters'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 989 words
Emile Roemer	6-3-2017	Zes lijsttrekkers voor één dag hoofdredacteur	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 001, 42 words
Emile Roemer	6-3-2017	Roer om met Roemer	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 015, 602 words
Emile Roemer	6-3-2017	Ons belteam zit NU klaar!	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 015, 65 words
Emile Roemer	6-3-2017	forse groei Nationaal ZorgFonds	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 016, 265 words
Emile Roemer	6-3-2017	SP kiest voor meer veiligheid	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 016, 352 words
Emile Roemer	6-3-2017	Krantje maken	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 494 words
Emile Roemer	6-3-2017	'Het draagvlak voor Europa loopt terug'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 160 words
Emile Roemer	6-3-2017	'150.000 jongeren zijn op zoek naar werk'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 89 words
Emile Roemer	6-3-2017	Buma zoekt positie op rechts, Asscher vooral in defensief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 929 words
Emile Roemer	6-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 4, 576 words
Emile Roemer	6-3-2017	Eigen risico afschaffen? U betaalt de rekening	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 786 words
Emile Roemer	6-3-2017	Ik geef de power van jonge rappers	Trouw, Cultuur en Media; Blz. 11, 789 words
Emile Roemer	7-3-2017	Gewoon veel last van kabinetsteilname'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 374 words
Emile Roemer	7-3-2017	Diana wuift kritiek weg	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 478 words
Emile Roemer	7-3-2017	Links wacht op een wonder	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 873 words

Emile Roemer	7-3-2017	Herboren Henk Krol oogst alom lof voor optreden in RTL-debat	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 339 words
Emile Roemer	7-3-2017	Emile Roemer 'Mensen moeten beseffen op wie ze kwaad moeten zijn'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 1812 words
Emile Roemer	7-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 8, 578 words
Emile Roemer	7-3-2017	VVD in laatste week op jacht naar de 'premierbonus'	Trouw, Nederland; Blz. 7, 652 words
Emile Roemer	8-3-2017	Rutte vindt zijn haar het mooist	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 7, 402 words
Emile Roemer	8-3-2017	Roemer: Klaver pakt de gewone mensen	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 001, 103 words
Emile Roemer	8-3-2017	'Vijftien zetels, dat zijn er nog heel veel hè'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 006, 1378 words
Emile Roemer	8-3-2017	Beloofte tot gelijke rechten	De Telegraaf, VROUW; Blz. 011, 186 words
Emile Roemer	8-3-2017	Steeds steekt twijfel de kop op, als een mol in een weiland	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 24, 744 words
Emile Roemer	8-3-2017	['Internationaal gezien is er op het gebied van vro...]*	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 25, 815 words
Emile Roemer	8-3-2017	Torentje Prik voor het Jeugdjournaal	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 456 words
Emile Roemer	8-3-2017	Jeugd-journaal Aardig voor elkaar	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 188 words
Emile Roemer	8-3-2017	politiek proza	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 89 words
Emile Roemer	8-3-2017	Niet politici maar kiezers zorgen voor het debat	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 673 words
Emile Roemer	8-3-2017	Kwartetten met de lijsttrekkers	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 608 words
Emile Roemer	9-3-2017	Met de tong op de schoenen naar de finish	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 662 words
Emile Roemer	9-3-2017	Circus	AD/Algemeen Dagblad, Showbuzz; Blz. 32, 372 words
Emile Roemer	9-3-2017	Roemer: 'Onder de VVD gaat de AOW-leeftijd naar 74 jaar'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 440 words
Emile Roemer	10-3-2017	Premier? Desnoods vouw ik kranten voor de SP'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 12, 13, 1419 words
Emile Roemer	10-3-2017	Burgers	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 376 words
Emile Roemer	10-3-2017	De PvdA weet: deze strijd valt niet meer te winnen	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 502 words
Emile Roemer	10-3-2017	Deze verkiezingsmythen zijn dus niet waar	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1543 words
Emile Roemer	11-3-2017	Jesse Klaver is tofu'	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 42, 440 words
Emile	11-3-	SP en PvdA slaan elkaar op tv om de oren	AD/Algemeen Dagblad,

Roemer	2017		Nieuwsdienst; Blz. 4, 412 words
Emile Roemer	11-3-2017	SP	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 9, 64 words
Emile Roemer	11-3-2017	Als lijsttrekker kun je maar beter voor Feyenoord zijn	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 8, 9, 1206 words
Emile Roemer	11-3-2017	Samen tegen de euro, maar o zo verdeeld	de Volkskrant, Economie; Blz. 28, 29, 739 words
Emile Roemer	11-3-2017	TV-tips	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 71, 375 words
Emile Roemer	11-3-2017	De linkse vicepremier versus de linkse oppositieleider	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 473 words
Emile Roemer	11-3-2017	Lodewijk Asscher 'Mijn grootste electorale concurrent is de thuisblijver'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 8, 9, 1903 words
Emile Roemer	11-3-2017	Tegen de tweedeling, voor de kwetsbaren	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 2, 997 words
Emile Roemer	11-3-2017	Roemer kan weer aanvallen	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 204 words
Emile Roemer	11-3-2017	SP wil wel met PvdA, maar slaat alle handreikingen af	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 7, 172 words
Emile Roemer	13-3-2017	De PVV is best sociaal, maar wel selectief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1272 words
Emile Roemer	14-3-2017	Schijnvertoning	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 560 words
Emile Roemer	14-3-2017	Haagse eensgezindheid over Turkije verleden tijd	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 8, 9, 934 words
Emile Roemer	14-3-2017	Slotdebat De enige keer Rutte vs. Wilders	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 92 words
Eppo Bruins			
Erik Ronnes	14-3-2017		NRC Handelsblad
Erik Ziengs			
Esther Ouwehand	3-3-2017	De blunder van Rutte: tweehonderd glazen melk omgooien	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 172 words
Esther Ouwehand	11-3-2017	Wat voor kiezer bent u?	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1977 words
Farid Azarkan	13-3-2017	Welke koers gaat DENK straks varen?	Trouw, Religie en Filosofie; Blz. 6, 7, 1132 words
Farid Azarkan	14-3-2017	Bestaat er echt een partij voor dieren?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 469 words
Farid Azarkan	14-3-2017	Turkse organisaties roepen op tot kalmte na gesprek Asscher	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 405 words
Femke Merel van Kooten-Arissen			
Fleur Agema	2-3-2017	De gezichten van het team-Wilders	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 1431 words
Fleur Agema	2-3-2017	Compliment voor Keijzer, die loskomt van	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 162

		'soort trutigheid'	words
Fleur Agema	3-3-2017	Lezersbrieven	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 20, 1030 words
Fleur Agema	3-3-2017	Top&Flop	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 426 words
Fleur Agema	3-3-2017	Voor de campagne hoeft Wilders de straat niet op	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 5, 707 words
Fleur Agema	4-3-2017	Gewoon	de Volkskrant, Vonk; Blz. 15, 535 words
Fleur Agema	4-3-2017	Kippenhok	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 756 words
Fleur Agema	6-3-2017	Lik op stuk voor geweldpredikers	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 890 words
Fleur Agema	7-3-2017	Libelle-debat Arib debatteert selectief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 93 words
Fleur Agema	8-3-2017	Normaal	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 553 words
Fleur Agema	11-3-2017	PVV-Chic	de Volkskrant, Magazine Rubrieken; Blz. 81, 479 words
Fleur Agema	13-3-2017	Woensdag, stemdag	De Telegraaf, VROUW; Blz. 016, 1073 words
Fleur Agema	13-3-2017	De PVV is best sociaal, maar wel selectief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1272 words
Fleur Agema	13-3-2017	De SP heeft een consequent verhaal en kan deel uitmaken van een links kabinet'	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 618 words
Foort van Oosten			
Frank Futselaar			
Frank Wassenberg	13-3-2017		De Volkskrant
Gabriëlle Popken	2-3-2017		NRC Handelsblad
Geert Wilders	28-2-2017	Geert Wilders: zieke vergelijking	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 1, 50 words
Geert Wilders	28-2-2017	Oude Pekela	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 10, 11, 8, 9, 3470 words
Geert Wilders	28-2-2017	Tv-debat	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 22, 305 words
Geert Wilders	28-2-2017	Hoe kan Wilders dit allemaal volhouden?	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 23, 274 words
Geert Wilders	28-2-2017	Verliezer	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 499 words
Geert Wilders	28-2-2017	Paaien met proefballonnen	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 636 words
Geert Wilders	28-2-2017	Beveiligingslek raakt ook andere leiders	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 848 words
Geert Wilders	28-2-2017	'Brabanders zijn gastvrij'	De Telegraaf, JOURNAAL; Blz. 020, 579 words
Geert	28-2-	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEQT;

Wilders	2017		Blz. 016, 1120 words
Geert Wilders	28-2-2017	Hersteld contact	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 21, 366 words
Geert Wilders	28-2-2017	Wie niet wil stemmen, moet ook niet klagen	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 22, 498 words
Geert Wilders	28-2-2017	Kleuters	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 475 words
Geert Wilders	28-2-2017	Welke lijsttrekker heeft zich in het RTL-debat het beste gepresenteerd als potentiële premier?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 570 words
Geert Wilders	28-2-2017	RTL erkent: uitzenden VVD-spotje na CDA-spotje was fout	NRC Handelsblad, Media; Blz. 4, 486 words
Geert Wilders	28-2-2017	Het parlement is geen klooster	Trouw, Opinie; Blz. 19, 587 words
Geert Wilders	28-2-2017	RTL biedt CDA excuses aan na VVD-volgspot	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 164 words
Geert Wilders	1-3-2017	Pardoes uit de linkse bubbel	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 10, 11, 573 words
Geert Wilders	1-3-2017	Hoe laf om Geert Wilders te linken aan Adolf Hitler	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 22, 70 words
Geert Wilders	1-3-2017	deze mannen beschermen Wilders nu	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 001, 122 words
Geert Wilders	1-3-2017	Elite-eenheid dicht het lek	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 866 words
Geert Wilders	1-3-2017	BSB eerder al eens actief bij Wilders	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 003, 151 words
Geert Wilders	1-3-2017	'Wij krijgen meestal onze zin'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 006, 1366 words
Geert Wilders	1-3-2017	'Sybrand wordt premier'	De Telegraaf, JOURNAAL; Blz. 020, 518 words
Geert Wilders	1-3-2017	Onweerstaanbaar nieuws in campagnetijd	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 13, 368 words
Geert Wilders	1-3-2017	Wilders weigert debat met zijn eigen geweten	de Volkskrant, V DIDU; Blz. 20, 299 words
Geert Wilders	1-3-2017	Mag ik van jou van de rokers...	NRC Handelsblad, Achterpagina; Blz. 20, 155 words
Geert Wilders	1-3-2017	De regio in Klaver bijgelovig over voorspelling	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 91 words
Geert Wilders	1-3-2017	Ik geef een moment van stilte	Trouw, Cultuur en Media; Blz. 15, 629 words
Geert Wilders	1-3-2017	Twijfel zaaien tegen de klimaatgekkies	Trouw, De Verdieping; Blz. 2, 3, 2122 words
Geert Wilders	1-3-2017	Dankzij de Kamergotschi let ik nu meer op de echte Segers	Trouw, De Verdieping; Blz. 7, 528 words
Geert Wilders	1-3-2017	De stekker gaat er eerder uit bij allochtone ouderen'	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 101 words
Geert Wilders	1-3-2017	In een oogwenk is VNL er weer klaar mee	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 610 words

Geert Wilders	2-3-2017	Welkom terug, Martine	AD/Algemeen Dagblad, AD Nationaal; Blz. 40, 41, 352 words
Geert Wilders	2-3-2017	Stemmen	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 17, 494 words
Geert Wilders	2-3-2017	Geert Wilders hervat campagne	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 46 words
Geert Wilders	2-3-2017	Oorlog	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 27, 313 words
Geert Wilders	2-3-2017	Gauck: 'Pas op voor Wilders'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 216 words
Geert Wilders	2-3-2017	Minder misdaad, meer hondenpoep	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 904 words
Geert Wilders	2-3-2017	'BSB' bewaakt Wilders strikt	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 012, 200 words
Geert Wilders	2-3-2017	Meer armslag bij beveiligen Wilders	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 012, 200 words
Geert Wilders	2-3-2017	De lijsttrekkers hollen zich gek	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 9, 938 words
Geert Wilders	2-3-2017	informatief Politicologica NPO 2, 23.10-23.55u	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 22, 87 words
Geert Wilders	2-3-2017	Beveiliging Geert Wilders gaat weer buiten campagne voeren	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 141 words
Geert Wilders	2-3-2017	Tweestrijd VVD zoekt PVV op als tegenstander	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 78 words
Geert Wilders	2-3-2017	De gezichten van het team-Wilders	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 1431 words
Geert Wilders	2-3-2017	Verbinden in tijden van populisme	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1571 words
Geert Wilders	2-3-2017	Van strategisch stemmen krijg je later spijt	Trouw, Opinie; Blz. 24, 407 words
Geert Wilders	2-3-2017	Wilders weer op pad, militairen beveiligen mee	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 190 words
Geert Wilders	3-3-2017	En de Oscar voor het beste campagnefilmpje gaat naar...	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 10, 323 words
Geert Wilders	3-3-2017	Lezersbrieven	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 20, 1030 words
Geert Wilders	3-3-2017	Overuren voor verkiezingskrant	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 424 words
Geert Wilders	3-3-2017	'Kogel door kramp'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 008, 504 words
Geert Wilders	3-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 014, 1130 words
Geert Wilders	3-3-2017	Je moet zonder gêne terugvechten'	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 22, 996 words
Geert Wilders	3-3-2017	Hoever reikt de invloed van Lubach?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 823 words

Geert Wilders	3-3-2017	De wijkagent moet ook een webagent zijn'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 8, 9, 2449 words
Geert Wilders	3-3-2017	Verwacht u dat VVD-lijsttrekker Mark Rutte de premierbonus nog gaat incasseren?	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 441 words
Geert Wilders	3-3-2017	Rutte wil vragen over Wilders, niet over Buma	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 533 words
Geert Wilders	3-3-2017	De kiezer wil controle: de grens is terug	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1770 words
Geert Wilders	3-3-2017	Nog liever naar Molenbeek	NRC Handelsblad, Media; Blz. 20, 576 words
Geert Wilders	3-3-2017	Alert op de beveiliging van bedreigde politici	Trouw, Cultuur en Media; Blz. 14, 706 words
Geert Wilders	3-3-2017	lezersreacties	Trouw, Opinie; Blz. 23, 500 words
Geert Wilders	3-3-2017	Nieuwsuur' blijft scherp, Jort Kelder gaat bijna vliegen	Trouw, Service; Blz. 16, 533 words
Geert Wilders	3-3-2017	Voor de campagne hoeft Wilders de straat niet op	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 5, 707 words
Geert Wilders	4-3-2017	Is de VS ons voorland?	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 10, 11, 1120 words
Geert Wilders	4-3-2017	Turks campagnefeestje in Nederland 'ongewenst'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 530 words
Geert Wilders	4-3-2017	Vis moet zwemmen	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 128 words
Geert Wilders	4-3-2017	Aanpassen	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 494 words
Geert Wilders	4-3-2017	Onze samenleving raakt ontwricht'	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 24, 25, 1656 words
Geert Wilders	4-3-2017	Wilders blijkt het vaakst in de koppen te staan	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 26, 1087 words
Geert Wilders	4-3-2017	Signalementen	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 37, 734 words
Geert Wilders	4-3-2017	De richtingloosheid regeert	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 815 words
Geert Wilders	4-3-2017	Zo stemmen de kinderen van 9/11	de Volkskrant, Vonk; Blz. 11, 8, 9, 2574 words
Geert Wilders	4-3-2017	Hoe Wilders de media bespeelt	de Volkskrant, Vonk; Blz. 6, 7, 1961 words
Geert Wilders	4-3-2017	Help! Er is veel te veel om uit te kiezen	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 12, 1268 words
Geert Wilders	4-3-2017	Niemand valt het Front National aan	NRC Handelsblad, Buitenland; Blz. 14, 627 words
Geert Wilders	4-3-2017	'Wij moeten niet denken dat we op een eiland zitten'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 2906 words
Geert Wilders	4-3-2017	De PVV'er is rationeler dan wij denken	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 8, 1712 words

Geert Wilders	4-3-2017	De troeven van Lubach	Trouw, Cultuur en Media; Blz. 18, 19, 1235 words
Geert Wilders	4-3-2017	De Denker wilde vroeger filosoof worden	Trouw, Letter en Geest; Blz. 10, 11, 12, 13, 2182 words
Geert Wilders	4-3-2017	De schaduw van Wilders	Trouw, Letter en Geest; Blz. 32, 33, 1103 words
Geert Wilders	4-3-2017	Christendom is meer dan paasei	Trouw, Opinie; Blz. 24, 459 words
Geert Wilders	4-3-2017	Geert Wilders past goed in verwrongen vorm van Nederlandse tolerantie	Trouw, Opinie; Blz. 27, 692 words
Geert Wilders	4-3-2017	Een liefdeloze politiek past niet bij een christen'	Trouw, Religie en Filosofie; Blz. 10, 11, 1517 words
Geert Wilders	4-3-2017	Kieskompas: Rutte blijft favoriet als premier	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 568 words
Geert Wilders	4-3-2017	Ook Nederland wil geen Turkse campagne	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 642 words
Geert Wilders	4-3-2017	Marianne Thieme krijgt in Carrédebat haar gouden kans	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 5, 881 words
Geert Wilders	6-3-2017	Harde botsingen tussen links en rechts in televisiedebat	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 483 words
Geert Wilders	6-3-2017	Ja-kamp niet welkom, maar nee-kamp is er al	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 960 words
Geert Wilders	6-3-2017	Sanne Wallis de Vries schiet alle kanten op	AD/Algemeen Dagblad, Showbuzz; Blz. 23, 403 words
Geert Wilders	6-3-2017	Wilders: 'Meer chocoladeletters'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 989 words
Geert Wilders	6-3-2017	Alles of niets bij fel debat	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 004, 533 words
Geert Wilders	6-3-2017	Applaus voor Henk Krol	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 004, 548 words
Geert Wilders	6-3-2017	Zes lijsttrekkers voor één dag hoofdredacteur	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 001, 42 words
Geert Wilders	6-3-2017	Nederland spreekt	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 011, 176 words
Geert Wilders	6-3-2017	Hart& hard	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 022, 180 words
Geert Wilders	6-3-2017	Afspiegeling	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 17, 814 words
Geert Wilders	6-3-2017	Hoezo populistische revolutie?	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 19, 751 words
Geert Wilders	6-3-2017	Turkse ministers weigeren, dat is echt een 'paardenmiddel'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 10, 646 words
Geert Wilders	6-3-2017	Altijd positief nieuws in je eigen partijkrant	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 689 words
Geert Wilders	6-3-2017	Gut ***	de Volkskrant, V Opening; Blz. 6, 305 words
Geert Wilders	6-3-2017	Zing ook het Wilhelmus	NRC Handelsblad, Achterpagina; Blz. 20, 533 words

Geert Wilders	6-3-2017	Krantje maken	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 494 words
Geert Wilders	6-3-2017	Buma zoekt positie op rechts, Asscher vooral in defensief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 929 words
Geert Wilders	6-3-2017	President Erdogan komt desnoods zelf campagnevoeren	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 773 words
Geert Wilders	7-3-2017	We moeten hopen op de premierbonus'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 343 words
Geert Wilders	7-3-2017	Favoriete gasthoofdredacteur	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 93 words
Geert Wilders	7-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 1132 words
Geert Wilders	7-3-2017	'Ze beloven gouden bergen'	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 562 words
Geert Wilders	7-3-2017	Therapie	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 1, 160 words
Geert Wilders	7-3-2017	Cordon werkt pas als kiezer alternatief heeft	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 2123 words
Geert Wilders	7-3-2017	Herboren Henk Krol oogst alom lof voor optreden in RTL-debat	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 339 words
Geert Wilders	7-3-2017	Populistische' verhalen van Van der Heijden of Bervoets	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 431 words
Geert Wilders	7-3-2017	Sushi	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 576 words
Geert Wilders	7-3-2017	Grondrechten Turken moeten ook hier kunnen spreken	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 17, 603 words
Geert Wilders	7-3-2017	Premierbonus Rutte overvallen door Groningers en VVD-kritiek	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 140 words
Geert Wilders	7-3-2017	Verwacht u dat Wilders voordeel of nadeel zal ondervinden van zijn afwezigheid in beide RTL-debatten?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 563 words
Geert Wilders	7-3-2017	No Headline In Original	NRC Handelsblad, Media; Blz. 2, 21 words
Geert Wilders	7-3-2017	'Jullie zijn de nieuwe Marokkanen'	NRC Handelsblad, Media; Blz. 2, 559 words
Geert Wilders	7-3-2017	Fake news? Nee, zo erg is het hier niet	NRC Handelsblad, Media; Blz. 4, 1642 words
Geert Wilders	7-3-2017	brieven	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 17, 663 words
Geert Wilders	7-3-2017	VVD zoekt naar de aanhang van 2012	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1552 words
Geert Wilders	7-3-2017	RTL-debat trekt minder kijkers dan 'Boer zoekt vrouw'	Trouw, Nederland; Blz. 7, 168 words
Geert Wilders	7-3-2017	VVD in laatste week op jacht naar de 'premierbonus'	Trouw, Nederland; Blz. 7, 652 words
Geert Wilders	7-3-2017	lezersreacties	Trouw, Opinie; Blz. 19, 494 words
Geert Wilders	7-3-2017	Nederland en Turkije op ramkoers	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 627 words

Geert Wilders	8-3-2017	Sorry, ik praat liever met de Story'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 614 words
Geert Wilders	8-3-2017	Asscher belandt in Hofvijver	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 004, 332 words
Geert Wilders	8-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 014, 1124 words
Geert Wilders	8-3-2017	Hierom stemmen we	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 14, 3048 words
Geert Wilders	8-3-2017	Campagne die over de campagne gaat	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 689 words
Geert Wilders	8-3-2017	Torentje Prik voor het Jeugdjournaal	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 456 words
Geert Wilders	8-3-2017	Stem op mij	de Volkskrant, V Opening; Blz. 4, 5, 6, 7, 3136 words
Geert Wilders	8-3-2017	Televisie	de Volkskrant, V RTV; Blz. 16, 17, 279 words
Geert Wilders	8-3-2017	'Als ik premier ben, zal het niet foutloos gaan'	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 1569 words
Geert Wilders	8-3-2017	Jeugd-journaal Aardig voor elkaar	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 188 words
Geert Wilders	8-3-2017	De campagne van burgers vs. politici	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 796 words
Geert Wilders	8-3-2017	Asiel Geen nieuwe poes voor Wilders VNL Geen rechtse partij bij islamdebat	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 178 words
Geert Wilders	8-3-2017	De VVD heeft het meeste boter op zijn hoofd	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 778 words
Geert Wilders	8-3-2017	Alsof Nederland een eiland is	Trouw, Opinie; Blz. 25, 581 words
Geert Wilders	8-3-2017	Hoe staat het met de positie van de vrouw?	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 759 words
Geert Wilders	8-3-2017	Een toezegging zegt deze campagne helemaal niets	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 168 words
Geert Wilders	8-3-2017	Kwartetten met de lijsttrekkers	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 608 words
Geert Wilders	9-3-2017	Hier is Thierry, Neerlands 'belangrijkste intellectueel'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 500 words
Geert Wilders	9-3-2017	Met de tong op de schoenen naar de finish	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 662 words
Geert Wilders	9-3-2017	Wereld stort zich op Wilders	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 008, 755 words
Geert Wilders	9-3-2017	Boskalis onderuit	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 024, 246 words
Geert Wilders	9-3-2017	Den Haag worstelt met bezoek Turkse minister	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 1, 522 words
Geert Wilders	9-3-2017	Campagnecrisis	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 580 words
Geert	9-3-2017	Miljonair schenkt tonnen aan 50Plus	de Volkskrant, Ten Eerste;

Wilders			Blz. 6, 244 words
Geert Wilders	9-3-2017	Immigratie: open armen of grenzen dicht?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 7, 742 words
Geert Wilders	9-3-2017	documentaire All you need is het spijt me NPO 3, 22.20-22.55u.	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 18, 190 words
Geert Wilders	9-3-2017	Geen grap: de PVV heeft écht maar één lid	NRC Handelsblad, Buitenland; Blz. 12, 493 words
Geert Wilders	9-3-2017	Sanne Wallis de Vries vraagt Wilders waar het pijn doet	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 4, 1251 words
Geert Wilders	9-3-2017	No Headline In Original	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 25 words
Geert Wilders	9-3-2017	Breda Wilders neemt zijn tijd voor de kiezer	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 99 words
Geert Wilders	9-3-2017	Populisme en meet-ups: Nederland is very interesting	NRC Handelsblad, Media; Blz. 2, 706 words
Geert Wilders	9-3-2017	Moet je partijen wel uitsluiten?	Trouw, Religie en Filosofie; Blz. 9, 1007 words
Geert Wilders	9-3-2017	Campagne biedt ruimte aan uitdagers	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 655 words
Geert Wilders	9-3-2017	Geen campagne Turkse minister in Rotterdam	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 491 words
Geert Wilders	9-3-2017	Politici blijven weg bij islamdebat	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 296 words
Geert Wilders	10-3-2017	'Het is aan Wilders of hij met ons wil samenwerken'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 14, 15, 1237 words
Geert Wilders	10-3-2017	Turkse ministers komen toch, ondanks verzet	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 14, 575 words
Geert Wilders	10-3-2017	Laat de lakeien van Erdogan niet binnen!	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 906 words
Geert Wilders	10-3-2017	Wilders aan de horizon	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 27, 784 words
Geert Wilders	10-3-2017	Buitenlands	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 563 words
Geert Wilders	10-3-2017	Turkse minister zoekt nog een zaaltje	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 392 words
Geert Wilders	10-3-2017	Top & Flop	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 419 words
Geert Wilders	10-3-2017	'Maak ons groot, maak ons groter'	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 704 words
Geert Wilders	10-3-2017	De Kamerzetel is niet van de partij	NRC Handelsblad, Boeken; Blz. 10, 704 words
Geert Wilders	10-3-2017	Rode ballen	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 461 words
Geert Wilders	10-3-2017	Wilders online	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 37 words
Geert	10-3-	De PvdA weet: deze strijd valt niet meer te	NRC Handelsblad, Den Haag;

Wilders	2017	winnen	Blz. 10, 502 words
Geert Wilders	10-3-2017	cijfer van de dag	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 64 words
Geert Wilders	10-3-2017	De campagne van de SGP straalt liefde uit, terwijl anderen elkaar graag afmaken	Trouw, Binnenland; Blz. 6, 574 words
Geert Wilders	10-3-2017	Nederland is niet meer schattig. En ik ook niet.	Trouw, De Verdieping; Blz. 2, 3, 1813 words
Geert Wilders	10-3-2017	Aan alle kanten knel Verkiezingskoorts	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1708 words
Geert Wilders	10-3-2017	Deze verkiezingsmythen zijn dus niet waar	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1543 words
Geert Wilders	10-3-2017	Harde taal Rutte aan adres Turkije	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 685 words
Geert Wilders	11-3-2017	This is not America	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 20, 21, 22, 23, 25, 2004 words
Geert Wilders	11-3-2017	Jesse Klaver is tofu'	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 42, 440 words
Geert Wilders	11-3-2017	Fiasco	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 396 words
Geert Wilders	11-3-2017	Feilloos wroeten in ons kiezers-dna	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 5, 675 words
Geert Wilders	11-3-2017	De misrekening van Mark Rutte	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 870 words
Geert Wilders	11-3-2017	Als lijsttrekker kun je maar beter voor Feyenoord zijn	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 8, 9, 1206 words
Geert Wilders	11-3-2017	Rutte: Geert is chaos!	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 001, 94 words
Geert Wilders	11-3-2017	'Het karwei is nog niet af'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 1383 words
Geert Wilders	11-3-2017	Celbellen schoft	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 010, 538 words
Geert Wilders	11-3-2017	Beursweek	De Telegraaf, FINANIEEL; Blz. 044, 323 words
Geert Wilders	11-3-2017	Samen tegen de euro, maar o zo verdeeld	de Volkskrant, Economie; Blz. 28, 29, 739 words
Geert Wilders	11-3-2017	PVV-Chic	de Volkskrant, Magazine Rubrieken; Blz. 81, 479 words
Geert Wilders	11-3-2017	Geen politieke helden	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 21, 895 words
Geert Wilders	11-3-2017	Maar kunnen ze ook schrijven?	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 16, 17, 18, 19, 1985 words
Geert Wilders	11-3-2017	Een pareltje in de zee van geschriften	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 22, 678 words
Geert Wilders	11-3-2017	TV-tips	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 71, 375 words

Geert Wilders	11-3-2017	De Jessias spreekt	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 575 words
Geert Wilders	11-3-2017	De stille kracht achter wilders	de Volkskrant, Vonk; Blz. 10, 2863 words
Geert Wilders	11-3-2017	Zijn het z'n ogen of z'n kaken?	de Volkskrant, Vonk; Blz. 14, 15, 1943 words
Geert Wilders	11-3-2017	Altijd bezig met je identiteit	de Volkskrant, Vonk; Blz. 2, 3, 4, 5, 3165 words
Geert Wilders	11-3-2017	Ook het milde midden wil worden gehoord	de Volkskrant, Vonk; Blz. 8, 9, 1726 words
Geert Wilders	11-3-2017	Stem! (Ja, maar op wie?)	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 743 words
Geert Wilders	11-3-2017	Wie geen redder ziet, zweeft	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 2121 words
Geert Wilders	11-3-2017	'Ik zal nooit vicekanselier van Madame Merkel zijn'	NRC Handelsblad, Buitenland; Blz. 20, 909 words
Geert Wilders	11-3-2017	Hij laat geen angst zien voor de macht	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 14, 3284 words
Geert Wilders	11-3-2017	Zet Wilders nog een grote mond op?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 641 words
Geert Wilders	11-3-2017	Tot een tweestrijd met Wilders is het nog niet gekomen	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 525 words
Geert Wilders	11-3-2017	Ronald Sörensen: Arrogante kongsi verdient tik op vingers	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 4, 189 words
Geert Wilders	11-3-2017	Wat voor kiezer bent u?	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1977 words
Geert Wilders	11-3-2017	washingtonpost.com economist.nl	Trouw, Letter en Geest; Blz. 19, 560 words
Geert Wilders	11-3-2017	Meestal vind ik Nederland een aangenaam land'	Trouw, Letter en Geest; Blz. 27, 580 words
Geert Wilders	11-3-2017	Essay	Trouw, Letter en Geest; Blz. 4, 5, 6, 7, 8, 2046 words
Geert Wilders	11-3-2017	Voor een despoot schuiven we niet de Grondwet opzij	Trouw, Opinie; Blz. 28, 586 words
Geert Wilders	11-3-2017	Gelijke kansen? Dáár word je boos van!	Trouw, Religie en Filosofie; Blz. 8, 9, 1609 words
Geert Wilders	11-3-2017	Dat ene zetje heeft iedereen nodig'	Trouw, Tijd; Blz. 32, 33, 34, 35, 36, 1913 words
Geert Wilders	11-3-2017	Asscher heeft nog vier dagen	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 200 words
Geert Wilders	11-3-2017	Segers zet zijn thema's neer	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 207 words
Geert Wilders	11-3-2017	Buma raakt gevoelige snaar	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 216 words
Geert Wilders	11-3-2017	Rutte zet in op zijn leiderschap	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 224 words
Geert Wilders	11-3-2017	Friese protestant Buma doet het ook in Limburg goed	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 7, 640 words
Geert	11-3-	Kiezers van PvdA en VVD nog op drift	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 760

Wilders	2017		words
Geert Wilders	13-3-2017	Nét voor 15 maart barst de bom	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 3, 636 words
Geert Wilders	13-3-2017	Uitkijken naar nieuwe peiling	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 003, 305 words
Geert Wilders	13-3-2017	'Kiezer weet precies wat wij willen'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 012, 1431 words
Geert Wilders	13-3-2017	Angst voor Nexit beperkt	De Telegraaf, FINANCIËL; Blz. 021, 91 words
Geert Wilders	13-3-2017	Ook bij runners-up klinkt Turkije-rel door	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 13, 687 words
Geert Wilders	13-3-2017	Erdogan staat op excuses en dreigt met sancties	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 542 words
Geert Wilders	13-3-2017	Dat schoppen tegen Turkije maakt de kloof alleen groter'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 1362 words
Geert Wilders	13-3-2017	Kanjer	de Volkskrant, V DIDU; Blz. 12, 455 words
Geert Wilders	13-3-2017	Ongemak	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 506 words
Geert Wilders	13-3-2017	RTV-tips	de Volkskrant, V RTV; Blz. 8, 9, 274 words
Geert Wilders	13-3-2017	Ruzie helpt Rutte én Erdogan	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 1, 615 words
Geert Wilders	13-3-2017	Om één uur vliegen de tegels richting ME	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 1104 words
Geert Wilders	13-3-2017	De PVV is best sociaal, maar wel selectief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1272 words
Geert Wilders	13-3-2017	Politieke uitkomst: de eer voor Rutte en de pijn voor Asscher?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 440 words
Geert Wilders	13-3-2017	Politiek is niet: romantisch de hele dag nieuwe dingen doen	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 1789 words
Geert Wilders	13-3-2017	Met open ogen in Erdogans val getrapt	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 1053 words
Geert Wilders	13-3-2017	De politieke manvrouw	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 624 words
Geert Wilders	13-3-2017	Nederland moet nu zwijgen over het vrije woord	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 692 words
Geert Wilders	13-3-2017	Fascisten-gezin	NRC Handelsblad, Twee; Blz. 2, 439 words
Geert Wilders	13-3-2017	Buitenlandse media kijken naar Wilders	Trouw, De Verdieping; Blz. 2, 3, 1380 words
Geert Wilders	13-3-2017	Nieuwkomers moeten knokken voor die ene zetel	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 640 words
Geert Wilders	14-3-2017	Rutte deelt uit, Geert Wilders incasseert	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 442 words
Geert Wilders	14-3-2017	Er zitten behoorlijke littekens op mijn gezicht'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 1024 words

Geert Wilders	14-3-2017	Geert, mag ik mijn stem terug?	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 23, 388 words
Geert Wilders	14-3-2017	VVD ruikt zege	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 001, 181 words
Geert Wilders	14-3-2017	Premierskaart troef in tv-debat	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 003, 552 words
Geert Wilders	14-3-2017	'Ik word er nu op aangesproken'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 004, 931 words
Geert Wilders	14-3-2017	Altijd een complot	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 006, 966 words
Geert Wilders	14-3-2017	Indien nodig sluiten de Haagse rijen zich	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 867 words
Geert Wilders	14-3-2017	Erdogan profiteert	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 27, 902 words
Geert Wilders	14-3-2017	Wilders de grootste? Nou en?	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 28, 212 words
Geert Wilders	14-3-2017	Affaire-Turkije geeft Rutte nieuw 'pleur op-moment'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 399 words
Geert Wilders	14-3-2017	Onderwijs: gouden tijden lijken op komst	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 17, 720 words
Geert Wilders	14-3-2017	Onder progressieven	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 18, 19, 2280 words
Geert Wilders	14-3-2017	Confrontatie met veel rituele trekken	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 3, 801 words
Geert Wilders	14-3-2017	Schijnvertoning	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 560 words
Geert Wilders	14-3-2017	Linkse Turkse Nederlanders kiezen na Erdogan-rel voor Rutte of Wilders	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 557 words
Geert Wilders	14-3-2017	Guerrilla (****)	de Volkskrant, V Opening; Blz. 7, 263 words
Geert Wilders	14-3-2017	Televisie	de Volkskrant, V RTV; Blz. 16, 17, 271 words
Geert Wilders	14-3-2017	Rutte wint op punten	NRC Handelsblad, Achterpagina; Blz. 24, 553 words
Geert Wilders	14-3-2017	De lijsttrekker in het wild bewaakt altijd zijn imago	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 1741 words
Geert Wilders	14-3-2017	Slotdebat De enige keer Rutte vs. Wilders	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 92 words
Geert Wilders	14-3-2017	Nederland onder premier...	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 926 words
Geert Wilders	14-3-2017	'69 procent van de Turken in Nederland koos voor Erdogan'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 112 words
Geert Wilders	14-3-2017	'In laatste kwartaal 2016 weer 11.500 vluchtelingen'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 156 words
Geert Wilders	14-3-2017	'80 procent van de Turken levert een positieve bijdrage, 20 procent voelt zich sterk verbonden met Turkije'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 211 words
Geert Wilders	14-3-2017	Rutte en Wilders zijn rolvast in stevig debat	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 718 words

Geert Wilders	14-3-2017	Waarom Le Pen, Orbán en Trump de pest aan Soros hebben	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 20, 1179 words
Geert Wilders	14-3-2017	Vergis je niet: de multiculturele samenleving is juist wel gelukt	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 22, 987 words
Geert Wilders	14-3-2017	Republikein vindt Wilders geweldig	Trouw, Buitenland; Blz. 14, 93 words
Geert Wilders	14-3-2017	Geen tweestrijd om premierschap	Trouw, Opinie; Blz. 21, 461 words
Geert Wilders	14-3-2017	Ik stem op Geert Wilders	Trouw, Opinie; Blz. 23, 594 words
Geert Wilders	14-3-2017	Het Zuiden kijkt weer naar het CDA	Trouw, Religie en Filosofie; Blz. 10, 11, 1531 words
Geert Wilders	14-3-2017	Leugenaar' vecht met 'wegloper' om kiezers	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 544 words
Gert-Jan Segers	28-2-2017	Ik gun jou wat meer twijfel'	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 5, 884 words
Gert-Jan Segers	1-3-2017	Waarom nu weer die elfjes?'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 12, 715 words
Gert-Jan Segers	1-3-2017	Sportaanbod en privacywet	De Telegraaf, SPORT; Blz. 007, 479 words
Gert-Jan Segers	1-3-2017	Dankzij de Kamergotschi let ik nu meer op de echte Segers	Trouw, De Verdieping; Blz. 7, 528 words
Gert-Jan Segers	1-3-2017	Standpunten over voltooid leven in beton gegoten	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 842 words
Gert-Jan Segers	2-3-2017	Compliment voor Keijzer, die loskomt van 'soort truttigheid'	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 162 words
Gert-Jan Segers	2-3-2017	Asscher gelooft in verkiezingswinst PvdA, de anderen niet	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 175 words
Gert-Jan Segers	3-3-2017	Hoever reikt de invloed van Lubach?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 823 words
Gert-Jan Segers	3-3-2017	Posters	de Volkskrant, V DIDU; Blz. 24, 459 words
Gert-Jan Segers	3-3-2017	De kiezer wil controle: de grens is terug	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1770 words
Gert-Jan Segers	3-3-2017	D66 tekent nu ook manifest waardig ouder worden	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 134 words
Gert-Jan Segers	4-3-2017	Christelijke partijen: D66 gaat te ver met 'voltooid leven'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 226 words
Gert-Jan Segers	4-3-2017	Krijg je als politicus ineens een slang om je nek gedrapeerd	Trouw, Service; Blz. 22, 378 words
Gert-Jan Segers	4-3-2017	Ophef na uitspraken Pechtold over 'voltooid leven' onder de 75 jaar	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 376 words
Gert-Jan Segers	6-3-2017	Heimwee naar de zuilen door de onvoorspelbare kiezers	Trouw, Service; Blz. 12, 548 words
Gert-Jan Segers	8-3-2017	Stem op mij	de Volkskrant, V Opening; Blz. 4, 5, 6, 7, 3136 words
Gert-Jan Segers	8-3-2017	Zelfs in Praag wil iedereen weten: gaat Wilders winnen?	Trouw, De Verdieping; Blz. 7, 552 words
Gert-Jan Segers	9-3-2017	Buma lonkt ten onrechte naar dienstplicht Zweden	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 27, 478 words

Gert-Jan Segers	9-3-2017	Rotterdam-Zuid Burgemeester Aboutaleb voert geen campagne met de PvdA-lijsttrekker – of toch?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 112 words
Gert-Jan Segers	9-3-2017	Politici treinen met jonge kiezers	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 597 words
Gert-Jan Segers	10-3-2017	Broeders en zusters, stem!	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 498 words
Gert-Jan Segers	10-3-2017	Zwaarbewapende politieagenten bij christelijk debat Ede	Trouw, Binnenland; Blz. 6, 138 words
Gert-Jan Segers	11-3-2017	Maar kunnen ze ook schrijven?	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 16, 17, 18, 19, 1985 words
Gert-Jan Segers	11-3-2017	Lodewijk Asscher 'Mijn grootste electorale concurrent is de thuisblijver'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 8, 9, 1903 words
Gert-Jan Segers	11-3-2017	Segers zet zijn thema's neer	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 207 words
Gert-Jan Segers	11-3-2017	Ik ga met mijn voorkeurstem zorgen dat de ChristenUnie iets minder melkwit wordt'	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 7, 224 words
Gert-Jan Segers	13-3-2017	Waterkanon	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 531 words
Gert-Jan Segers	14-3-2017	Splinterpartij blijft positief	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 013, 1031 words
Gert-Jan Segers	14-3-2017	De lijsttrekker in het wild bewaakt altijd zijn imago	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 1741 words
Gert-Jan Segers	14-3-2017	Slotdebat De enige keer Rutte vs. Wilders	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 92 words
Gert-Jan Segers	14-3-2017	Voor de ChristenUnie zit de groei in de Bijlmer	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 693 words
Gidi Markuszower	2-3-2017	De gezichten van het team-Wilders	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 1431 words
Gidi Markuszower	6-3-2017	De PvdA is bij 'Broodje Meijer' iets van vroeger	Trouw, Religie en Filosofie; Blz. 6, 7, 1376 words
Gidi Markuszower	11-3-2017	De stille kracht achter wilders	de Volkskrant, Vonk; Blz. 10, 2863 words
Gijs van Dijk	8-3-2017		Trouw
Halbe Zijlstra	28-2-2017	No Headline In Original	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 19 words
Halbe Zijlstra	1-3-2017	Pauw & Jinek: omdat er niet één kan achterblijven	Trouw, Service; Blz. 16, 536 words
Halbe Zijlstra	3-3-2017	Hernieuwde belangstelling voor christendom biedt ook kansen	Trouw, Opinie; Blz. 21, 598 words
Halbe Zijlstra	4-3-2017	Warhoofdje	Trouw, Letter en Geest; Blz. 2, 521 words
Halbe Zijlstra	4-3-2017	Christendom is meer dan paasei	Trouw, Opinie; Blz. 24, 459 words
Halbe	8-3-2017	['Internationaal gezien is er op het gebied van	de Volkskrant, Opinie en

Zijlstra		vro...]*	Debat; Blz. 25, 815 words
Halbe Zijlstra	8-3-2017	Normaal	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 553 words
Halbe Zijlstra	11-3-2017	Op weg naar een lange formatie	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 662 words
Han Ten Broeke	28-2-2017	Hier is dan jullie wereld zonder de dominante VS'	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1863 words
Han Ten Broeke	28-2-2017	Bij vrijwel alle politieke partijen staat Defensie weer in de gunst	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 637 words
Han Ten Broeke	3-3-2017	Buitenland: terug achter de dijken of niet?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 784 words
Han Ten Broeke	7-3-2017	VVD in laatste week op jacht naar de 'premierbonus'	Trouw, Nederland; Blz. 7, 652 words
Hanke Bruins Slot	2-3-2017	Plots is er weer wat geestdrift voor de Spelen in het land	de Volkskrant, Sport; Blz. 32, 33, 713 words
Hanke Bruins Slot	11-3-2017	Vrijwilligers worden gemastst	de Volkskrant, Economie; Blz. 30, 322 words
Hanke Bruins Slot	13-3-2017	Hoeders van de progressieve kroonjuwelen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 1526 words
Harm Beertema	6-3-2017		
Harry van der Molen	11-3-2017		NRC Handelsblad
Helma Lodders			
Henk Krol	28-2-2017	Nationale identiteit als veilig huis	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 22, 644 words
Henk Krol	28-2-2017	kruiswoordtest 4670	Trouw, Service; Blz. 19, 383 words
Henk Krol	28-2-2017	Friese ondernemer reikt 50Plus de helpende hand	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 161 words
Henk Krol	1-3-2017	Nagel: 'Henk wil iedereen ter wille zijn'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 5, 607 words
Henk Krol	1-3-2017	Ongeschikt voor politiek	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 22, 56 words
Henk Krol	1-3-2017	Krol	AD/Algemeen Dagblad, Showbuzz; Blz. 32, 364 words
Henk Krol	1-3-2017	Krol doet het wat rustiger aan	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 305 words
Henk Krol	1-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 1135 words
Henk Krol	1-3-2017	Een interview met een windbuil	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 24, 652 words
Henk Krol	1-3-2017	Partij staat pal achter Krol	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 13, 171 words
Henk Krol	1-3-2017	50Plus Henk Krol moet wat minder in de media	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 121 words
Henk Krol	1-3-2017	Weer iets doms	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 418 words
Henk Krol	1-3-2017	Pauw & Jinek: omdat er niet één kan	Trouw, Service; Blz. 16, 536

		achterblijven	words
Henk Krol	1-3-2017	Het is Henk Krol soms een beetje te veel	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 469 words
Henk Krol	2-3-2017	Krol weet niet waar hij zorg van gaat betalen	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 11, 251 words
Henk Krol	2-3-2017	Lezersbrieven	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 27, 531 words
Henk Krol	2-3-2017	'Ik wil niet dood, ik wil nog leven'	De Telegraaf, PRIVE; Blz. 008, 686 words
Henk Krol	2-3-2017	Bumor	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 23, 703 words
Henk Krol	2-3-2017	geachte redactie	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 26, 638 words
Henk Krol	2-3-2017	De lijsttrekkers hollen zich gek	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 9, 938 words
Henk Krol	2-3-2017	No Headline In Original	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 1, 12 words
Henk Krol	2-3-2017	Seniorenpartij Léonie Sazias schroeft campagne voor 50plus terug vanwege ziekte	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 117 words
Henk Krol	2-3-2017	We heten toch niet voor niks 50Plus?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 1503 words
Henk Krol	2-3-2017	Krols programma drijft op bizarre metaforen	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 578 words
Henk Krol	2-3-2017	kruiswoordtest 4672	Trouw, Service; Blz. 19, 364 words
Henk Krol	3-3-2017	Henk Krol 'knokt door'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 934 words
Henk Krol	3-3-2017	'Vreemde' stemmen	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 010, 572 words
Henk Krol	3-3-2017	Filmpjes	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 416 words
Henk Krol	3-3-2017	De kiezer wil controle: de grens is terug	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1770 words
Henk Krol	3-3-2017	No Headline In Original	NRC Handelsblad, Media; Blz. 2, 21 words
Henk Krol	3-3-2017	kruiswoordtest 4673	Trouw, Service; Blz. 19, 384 words
Henk Krol	4-3-2017	Asscher: Buma misleidt kiezers ergernis	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 9, 140 words
Henk Krol	4-3-2017	Kinderen van hun eigen tijd	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 040, 2084 words
Henk Krol	4-3-2017	Kinderen van hun eigen tijd	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 042, 2084 words
Henk Krol	4-3-2017	Kinderen van hun eigen tijd	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 044, 2084 words
Henk Krol	4-3-2017	GEACHTE LEZER	De Telegraaf, WATUZEQT; Blz. 014, 166 words
Henk Krol	4-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEQT; Blz. 014, 905 words

Henk Krol	4-3-2017	Goed nieuws	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 549 words
Henk Krol	4-3-2017	Ach mevrouw, ze overdrijven zo'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 1892 words
Henk Krol	4-3-2017	Bassie & Adriaan	NRC Handelsblad, Achterpagina; Blz. 36, 701 words
Henk Krol	4-3-2017	Hartstikke goed dat Klaver volle zalen trekt	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1710 words
Henk Krol	4-3-2017	Voorspelbaar	Trouw, Vandaag; Blz. 2, 521 words
Henk Krol	4-3-2017	Krol blijft het nieuws domineren: hij wijst het campagnelied af	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 163 words
Henk Krol	6-3-2017	Tv-debat en interviewster oogsten veel kritiek	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 273 words
Henk Krol	6-3-2017	[Lijsttrekkers (vlnr) Jesse Klaver (GroenLinks), Em...]*	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 53 words
Henk Krol	6-3-2017	Applaus voor Henk Krol	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 004, 548 words
Henk Krol	6-3-2017	Gelukkig	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 498 words
Henk Krol	6-3-2017	Rutte moet toekijken hoe Buma naar rechts lonkt	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 808 words
Henk Krol	6-3-2017	'NRC wil brief professor Van Praag niet plaatsen'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 168 words
Henk Krol	6-3-2017	Buma zoekt positie op rechts, Asscher vooral in defensief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 929 words
Henk Krol	6-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 4, 576 words
Henk Krol	7-3-2017	Diana wuift kritiek weg	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 478 words
Henk Krol	7-3-2017	Debatleider is de sjaak	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 788 words
Henk Krol	7-3-2017	De zwevende kiezer	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 301 words
Henk Krol	7-3-2017	Mevrouw Matroos' werd milder	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 924 words
Henk Krol	7-3-2017	Herboren Henk Krol oogst alom lof voor optreden in RTL-debat	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 339 words
Henk Krol	7-3-2017	Sushi	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 576 words
Henk Krol	7-3-2017	De tijdgeest tegen de PvdA	NRC Handelsblad, Achterpagina; Blz. 20, 516 words
Henk Krol	7-3-2017	Verwacht u dat Wilders voordeel of nadeel zal ondervinden van zijn afwezigheid in beide RTL-debatten?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 563 words
Henk Krol	7-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz.

			8, 578 words
Henk Krol	8-3-2017	Verdien je iets meer, dan is zorg peperduur	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 7, 251 words
Henk Krol	8-3-2017	Diana Matroos, wat mij betreft was je juist top!	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 22, 139 words
Henk Krol	8-3-2017	Stemmen zonder last	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 389 words
Henk Krol	8-3-2017	Gamechanger	de Volkskrant, V Opening; Blz. 14, 543 words
Henk Krol	8-3-2017	Krant vol eigenzinnige auteurs	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 557 words
Henk Krol	8-3-2017	Stem op mij	de Volkskrant, V Opening; Blz. 4, 5, 6, 7, 3136 words
Henk Krol	8-3-2017	'Als ik premier ben, zal het niet foutloos gaan'	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 1569 words
Henk Krol	8-3-2017	Ziekte is de zwakke plek van een ouderenpartij	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 582 words
Henk Krol	9-3-2017	Met de tong op de schoenen naar de finish	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 662 words
Henk Krol	9-3-2017	gulle Miljonair kind aan huis bij 50plus	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 008, 296 words
Henk Krol	9-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 014, 1099 words
Henk Krol	9-3-2017	Miljonair schenkt tonnen aan 50Plus	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 244 words
Henk Krol	9-3-2017	Donaties Ondernemer Thünnessen doneert fors aan 50Plus	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 161 words
Henk Krol	9-3-2017	brieven	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 17, 513 words
Henk Krol	10-3-2017	Het is aan Wilders of hij met ons wil samenwerken'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 14, 15, 1237 words
Henk Krol	10-3-2017	Lezersbrieven	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 20, 775 words
Henk Krol	10-3-2017	Henk Krol heeft gelijk, de AOW moet terug naar 65 jaar	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 799 words
Henk Krol	11-3-2017	Jesse Klaver is tofu'	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 42, 440 words
Henk Krol	11-3-2017	50PLUS	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 9, 58 words
Henk Krol	11-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 014, 877 words
Henk Krol	11-3-2017	Vrezen	NRC Handelsblad, Lux; Blz. 4, 592 words
Henk Krol	11-3-2017	Actie!	Trouw, Letter en Geest; Blz. 36, 213 words
Henk Krol	11-3-	Krol zoekt de camera's op	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 212

	2017		words
Henk Krol	13-3-2017	Zieke Sazias kan Kamer in	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 010, 105 words
Henk Krol	13-3-2017	Campagne is inhoudelijk sterker dan ooit	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 18, 817 words
Henk Krol	13-3-2017	Hoeders van de progressieve kroonjuwelen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 1526 words
Henk Krol	13-3-2017	Nieuwkomers moeten knokken voor die ene zetel	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 640 words
Henk Krol	14-3-2017	'Normaal betekent niet gewoon. Ik wil geen gewoon land'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 10, 11, 2165 words
Henk Nijboer	14-3-2017	#HeliHenk Krol doet het toch niet rustig aan	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 91 words
Henk Nijboer	3-3-2017	Coalitie richt alle pijlen op 'vakantievierder'	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 529 words
Henk Nijboer	7-3-2017	Buma	
Henk Nijboer	7-3-2017	Bescherm onze bedrijven tegen sprinkhanen uit het buitenland	Trouw, Opinie; Blz. 17, 583 words
Henk Nijboer	9-3-2017	PvdA streng op makelaars	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 021, 58 words
Henk Nijboer	9-3-2017	Overnamegerucht Akzo	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 021, 710 words
Ingrid van Engelshoven			
Isabelle Diks	13-3-2017		De Telegraaf
Jaco Geurts			
Jan Middendorp	4-3-2017	'Wij moeten niet denken dat we op een eiland zitten'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 2906 words
Jan Middendorp	11-3-2017	Normaal doen, dat past bij mij'	Trouw, Letter en Geest; Blz. 12, 356 words
Jan Paternotte	7-3-2017	Meer informatie geopenbaard	De Telegraaf, REGIO; Blz. 015, 86 words
Jan Paternotte	9-3-2017	Kroegbaas wordt fractieleider	De Telegraaf, REGIO; Blz. 004, 82 words
Jasper van Dijk			
Jeanine Hennis-Plaschaert	7-3-2017	VVD zoekt naar de aanhang van 2012	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1552 words
Jeanine Hennis-Plaschaert	8-3-2017	Hoe staat het met de positie van de vrouw?	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 759 words
Jeanine Hennis-Plaschaert	10-3-2017	Deze verkiezingsmythen zijn dus niet waar	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1543 words
Jeanine Hennis-Plaschaert	13-3-2017	Ook bij runners-up klinkt Turkije-rel door	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 13, 687 words
Jeroen Dijsselbloem	28-2-2017	Beveiligingslek raakt ook andere leiders	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 848 words
Jeroen Dijsselbloem	28-2-2017	'Geen vijandig bod op Unilever'	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 025, 229 words

Jeroen Dijsselbloem	28-2-2017	Unilever alsnog beschermen is illusie'	de Volkskrant, Economie; Blz. 29, 474 words
Jeroen Dijsselbloem	28-2-2017	Staan nu ook Shell en Unilever in de uitverkoop?	de Volkskrant, Economie; Blz. 29, 488 words
Jeroen Dijsselbloem	1-3-2017	Voor Asscher dringt de tijd	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 877 words
Jeroen Dijsselbloem	1-3-2017	Bij een lange formatie loopt de schatkist over	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 2, 911 words
Jeroen Dijsselbloem	2-3-2017	Als vechter Tichelaar boos wordt, is het afgelopen	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 731 words
Jeroen Dijsselbloem	3-3-2017	Sjakie	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 487 words
Jeroen Dijsselbloem	3-3-2017	Scepsis over banksector	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 021, 681 words
Jeroen Dijsselbloem	3-3-2017	Rommelig? Welkom bij de AFM	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 2, 1055 words
Jeroen Dijsselbloem	3-3-2017	Dijsselbloem is het eens met uitspraken Pim Fortuyn	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 136 words
Jeroen Dijsselbloem	4-3-2017	Waarom lossen we de staatsschuld niet af?'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 432 words
Jeroen Dijsselbloem	4-3-2017	Met Unilever wil hij de wereld verbeteren	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 2, 1679 words
Jeroen Dijsselbloem	7-3-2017	Griekse krimp	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 218 words
Jeroen Dijsselbloem	7-3-2017	Belastingen: Rutte belooft nóg meer	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 9, 744 words
Jeroen Dijsselbloem	8-3-2017	Kort	AD/Algemeen Dagblad, Economie; Blz. 18, 232 words
Jeroen Dijsselbloem	8-3-2017	Aasgieren	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 022, 431 words
Jeroen Dijsselbloem	8-3-2017	Rijk doet proef met schatkistbankieren	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 023, 490 words
Jeroen Dijsselbloem	8-3-2017	Bescherm onze bedrijven'	de Volkskrant, Economie; Blz. 31, 372 words
Jeroen Dijsselbloem	9-3-2017	NS moet nu echt met billen bloot	AD/Algemeen Dagblad, Economie; Blz. 23, 332 words
Jeroen Dijsselbloem	9-3-2017	Grrrr....	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 022, 473 words
Jeroen Dijsselbloem	9-3-2017	Voor partijen geldt: opzij markt, de overheid is terug	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 1149 words
Jeroen Dijsselbloem	10-3-2017	De tijd van soepele overname is voorbij	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 1, 752 words
Jeroen Dijsselbloem	10-3-2017	De tijd van soepele overnames is voorbij	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 2, 749 words
Jeroen Dijsselbloem	11-3-2017	Ook komend kabinet hervormt	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 038, 796 words
Jeroen Dijsselbloem	11-3-2017	Milieudebatje	Trouw, Letter en Geest; Blz. 2, 544 words
Jeroen	13-3-	Hyena's	de Volkskrant, Opinie en

Dijsselbloem	2017		Debat; Blz. 19, 759 words
Jeroen Dijsselbloem	14-3-2017	Wake-up call	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 022, 466 words
Jesse Klaver	28-2-2017	Mark Rutte gaat uit van 41 zetels	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 5, 376 words
Jesse Klaver	28-2-2017	Asscher wordt pas laat wakker	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 223 words
Jesse Klaver	28-2-2017	Verliezer	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 499 words
Jesse Klaver	28-2-2017	Paaien met proefballonnen	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 636 words
Jesse Klaver	28-2-2017	Campagne met Klaver	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 21, 142 words
Jesse Klaver	28-2-2017	Wie waren de nee-schudders achter Buma op de tribune?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 466 words
Jesse Klaver	28-2-2017	Het verkiezingsdebat dat niemand zich zal heugen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 640 words
Jesse Klaver	28-2-2017	Klaver: helft nieuw kabinet vrouwen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 8, 86 words
Jesse Klaver	28-2-2017	En meteen is daar de tweet: #waarwasBuma	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 1030 words
Jesse Klaver	28-2-2017	Viceland wil zijn wat MTV vroeger was	NRC Handelsblad, Media; Blz. 2, 789 words
Jesse Klaver	28-2-2017	GroenLinks: Helft vrouwen in kabinet	Trouw, Nederland; Blz. 9, 94 words
Jesse Klaver	1-3-2017	Desinteresse	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 506 words
Jesse Klaver	1-3-2017	'GroenLinks in La La Land'	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 022, 684 words
Jesse Klaver	1-3-2017	De regio in Klaver bijgelovig over voorspelling	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 91 words
Jesse Klaver	1-3-2017	Voor Asscher dringt de tijd	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 877 words
Jesse Klaver	1-3-2017	Het is Henk Krol soms een beetje te veel	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 469 words
Jesse Klaver	2-3-2017	Zeldzaam: vrouw die minister wil zijn	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 10, 11, 625 words
Jesse Klaver	2-3-2017	Hogerhuis wil garantie van de rechten van EU-burgers	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 224 words
Jesse Klaver	2-3-2017	De lijsttrekkers hollen zich gek	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 9, 938 words
Jesse Klaver	2-3-2017	Ontbijt-tv WNL licht en echt niet rechts	NRC Handelsblad, Media; Blz. 20, 526 words
Jesse Klaver	2-3-2017	Verbinden in tijden van populisme	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1571 words
Jesse Klaver	2-3-2017	Compliment voor Keijzer, die loskomt van 'soort truttligheid'	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 162 words

Jesse Klaver	2-3-2017	Asscher gelooft in verkiezingswinst PvdA, de anderen niet	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 175 words
Jesse Klaver	3-3-2017	GroenLinks (45 seconden)	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 11, 75 words
Jesse Klaver	3-3-2017	Meisjes van Transvaal	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 21, 785 words
Jesse Klaver	3-3-2017	Posters	de Volkskrant, V DIDU; Blz. 24, 459 words
Jesse Klaver	3-3-2017	Top&Flop	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 426 words
Jesse Klaver	3-3-2017	Filmpjes	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 416 words
Jesse Klaver	3-3-2017	De kiezer wil controle: de grens is terug	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1770 words
Jesse Klaver	4-3-2017	Aanpassen	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 494 words
Jesse Klaver	4-3-2017	Kinderen van hun eigen tijd	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 040, 2084 words
Jesse Klaver	4-3-2017	Kinderen van hun eigen tijd	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 042, 2084 words
Jesse Klaver	4-3-2017	Kinderen van hun eigen tijd	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 044, 2084 words
Jesse Klaver	4-3-2017	partijtje knappe koppen	de Volkskrant, Magazine Rubrieken; Blz. 63, 450 words
Jesse Klaver	4-3-2017	Herverdelingsmachine	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 23, 856 words
Jesse Klaver	4-3-2017	Wilders blijkt het vaakst in de koppen te staan	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 26, 1087 words
Jesse Klaver	4-3-2017	1581	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 43, 559 words
Jesse Klaver	4-3-2017	Jesse	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 1, 144 words
Jesse Klaver	4-3-2017	Onmogelijke vragen	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 34, 551 words
Jesse Klaver	4-3-2017	Hartstikke goed dat Klaver volle zalen trekt	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1710 words
Jesse Klaver	4-3-2017	Verwacht u dat het Asscher lukt om Klaver in te halen als linkse leider?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 12, 450 words
Jesse Klaver	4-3-2017	Kieskompas: Rutte blijft favoriet als premier	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 568 words
Jesse Klaver	4-3-2017	Voor spelbaar	Trouw, Vandaag; Blz. 2, 521 words
Jesse Klaver	6-3-2017	[Lijsttrekkers (vlnr) Jesse Klaver (GroenLinks), Em...]*	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 53 words
Jesse Klaver	6-3-2017	Alles of niets bij fel debat	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 004, 533 words
Jesse Klaver	6-3-2017	DE GROENLINKS PUZZEL: VUL 'M IN!	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 011, 112 words

Jesse Klaver	6-3-2017	Een leuke puzzel voor het hele gezin!	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 012, 1052 words
Jesse Klaver	6-3-2017	geachte redactie	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 19, 506 words
Jesse Klaver	6-3-2017	Hoepels	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 556 words
Jesse Klaver	6-3-2017	Rutte moet toekijken hoe Buma naar rechts lonkt	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 808 words
Jesse Klaver	6-3-2017	Buma zoekt positie op rechts, Asscher vooral in defensief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 929 words
Jesse Klaver	6-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 4, 576 words
Jesse Klaver	6-3-2017	Ik geef de power van jonge rappers	Trouw, Cultuur en Media; Blz. 11, 789 words
Jesse Klaver	6-3-2017	Een eigen plan is beter dan het plan van een ander steunen	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 159 words
Jesse Klaver	6-3-2017	Ik heb bij Klaver het idee dat hij zich echt richt op onze toekomst	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 215 words
Jesse Klaver	7-3-2017	Gewoon veel last van kabinetsteelname'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 374 words
Jesse Klaver	7-3-2017	Diana wuift kritiek weg	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 478 words
Jesse Klaver	7-3-2017	debat lijsttrekkers	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 22, 611 words
Jesse Klaver	7-3-2017	Tamme strijd om kiezer	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 006, 888 words
Jesse Klaver	7-3-2017	Links wacht op een wonder	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 873 words
Jesse Klaver	7-3-2017	Negeer linkse jongeren niet	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 24, 234 words
Jesse Klaver	7-3-2017	geachte redactie	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 24, 664 words
Jesse Klaver	7-3-2017	Sushi	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 576 words
Jesse Klaver	7-3-2017	Partijen nemen weinig risico met overheidsbudget	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 1140 words
Jesse Klaver	7-3-2017	Kamergotchi Jessiah had een goede avond	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 94 words
Jesse Klaver	7-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 8, 578 words
Jesse Klaver	8-3-2017	WikiLeaks lekt digitale spionagetruks CIA	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 451 words
Jesse Klaver	8-3-2017	Geen personen maar formaties op stembiljet	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 23, 479 words
Jesse Klaver	8-3-2017	Roemer: Klaver pakt de gewone mensen	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 001, 103 words
Jesse Klaver	8-3-2017	'Vijftien zetels, dat zijn er nog heel veel hè'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 006, 1378 words

Jesse Klaver	8-3-2017	'Alles in fris jasje, behalve ik'	De Telegraaf, RADIOTV; Blz. 018, 683 words
Jesse Klaver	8-3-2017	Beloofte tot gelijke rechten	De Telegraaf, VROUW; Blz. 011, 186 words
Jesse Klaver	8-3-2017	Campagne die over de campagne gaat	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 689 words
Jesse Klaver	8-3-2017	Reageer maar eens op deze boze burger	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 895 words
Jesse Klaver	8-3-2017	Geen partij	de Volkskrant, V Opening; Blz. 11, 9, 1419 words
Jesse Klaver	8-3-2017	Gamechanger	de Volkskrant, V Opening; Blz. 14, 543 words
Jesse Klaver	8-3-2017	Stem op mij	de Volkskrant, V Opening; Blz. 4, 5, 6, 7, 3136 words
Jesse Klaver	8-3-2017	De campagne van burgers vs. politici	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 796 words
Jesse Klaver	8-3-2017	politiek proza	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 89 words
Jesse Klaver	8-3-2017	Hoe staat het met de positie van de vrouw?	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 759 words
Jesse Klaver	8-3-2017	Zullen we zeggen: over vier jaar?	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 162 words
Jesse Klaver	8-3-2017	Niet politici maar kiezers zorgen voor het debat	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 673 words
Jesse Klaver	8-3-2017	Kwartetten met de lijsttrekkers	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 608 words
Jesse Klaver	9-3-2017	Jesse	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 394 words
Jesse Klaver	9-3-2017	Hier is Thierry, Neerlands 'belangrijkste intellectueel'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 500 words
Jesse Klaver	9-3-2017	Circus	AD/Algemeen Dagblad, Showbuzz; Blz. 32, 372 words
Jesse Klaver	9-3-2017	[7.00 uur staking british airways Cabinepersoneel B...]*	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 3, 73 words
Jesse Klaver	9-3-2017	Jesse Klaver maakt zich op voor grootste partijbijeenkomst ooit	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 622 words
Jesse Klaver	9-3-2017	Calypso	de Volkskrant, V DIDU; Blz. 20, 428 words
Jesse Klaver	9-3-2017	Het Nederland dat de wereld amper ziet	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 452 words
Jesse Klaver	9-3-2017	De man achter Jesse Klavers onemanshow	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1450 words
Jesse Klaver	9-3-2017	Populisme en meet-ups: Nederland is very interesting	NRC Handelsblad, Media; Blz. 2, 706 words
Jesse Klaver	9-3-2017	Verliefd op de verkeerde man	Trouw, Opinie; Blz. 25, 597 words
Jesse Klaver	9-3-2017	Campagne biedt ruimte aan uitdagers	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 655 words
Jesse Klaver	10-3-	Jesse 'live' is ultieme hit voor GroenLinks	AD/Algemeen Dagblad,

	2017		Nieuwsdienst; Blz. 3, 547 words
Jesse Klaver	10-3-2017	Voor wie linkser beleid wil, ben ik er'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 5, 1384 words
Jesse Klaver	10-3-2017	Het Torentje is niet het eindpunt'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 6, 7, 1360 words
Jesse Klaver	10-3-2017	Stilletjes naar de slachtkamer	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 1011 words
Jesse Klaver	10-3-2017	GroenLinks plukt PvdA verder kaal	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 003, 306 words
Jesse Klaver	10-3-2017	geachte redactie	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 31, 653 words
Jesse Klaver	10-3-2017	Jesse Klaver massabijeenkomst GroenLinks	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 390 words
Jesse Klaver	10-3-2017	'Maak ons groot, maak ons groter'	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 704 words
Jesse Klaver	10-3-2017	Klaver: Links kan weer de grootste worden	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 5, 580 words
Jesse Klaver	10-3-2017	Is Jesse Klaver glad of inspirerend? 'Hij is echt anders'	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 147 words
Jesse Klaver	10-3-2017	Voormalige vakkenvullers halen elkaar over op Jesse te stemmen	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 151 words
Jesse Klaver	11-3-2017	This is not America	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 20, 21, 22, 23, 25, 2004 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Jesse Klaver is tofu'	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 42, 440 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Aan de slag	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 43, 151 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Fiasco	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 396 words
Jesse Klaver	11-3-2017	De misrekening van Mark Rutte	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 870 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Een volle zaal bespelen kan hij wel, maar regeren?	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 34, 73 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Onervaren en gevaarlijk	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 34, 76 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Als lijsttrekker kun je maar beter voor Feyenoord zijn	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 8, 9, 1206 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Ruzie om rekening	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 004, 593 words
Jesse Klaver	11-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 014, 877 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Gemuts over mode	de Volkskrant, Magazine Columns; Blz. 14, 529 words

Jesse Klaver	11-3-2017	Maar kunnen ze ook schrijven?	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 16, 17, 18, 19, 1985 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Wanhoopspeiling	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 4, 395 words
Jesse Klaver	11-3-2017	De Jessias spreekt	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 575 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Op weg naar een lange formatie	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 662 words
Jesse Klaver	11-3-2017	De linkse vicepremier versus de linkse oppositieleider	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 473 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Lodewijk Asscher 'Mijn grootste electorale concurrent is de thuisblijver'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 8, 9, 1903 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Zijn het z'n ogen of z'n kaken?	de Volkskrant, Vonk; Blz. 14, 15, 1943 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Schijtkrenten	NRC Handelsblad, Achterpagina; Blz. 36, 707 words
Jesse Klaver	11-3-2017	'D66? Voel ik weinig bij'	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 13, 1394 words
Jesse Klaver	11-3-2017	No Headline In Original	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 208 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Stem! (Ja, maar op wie?)	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 743 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Zet Wilders nog een grote mond op?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 641 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Wat voor kiezer bent u?	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1977 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Milieudebate	Trouw, Letter en Geest; Blz. 2, 544 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Middenkabinet met vier of vijf, dat wordt het	Trouw, Opinie; Blz. 28, 29, 725 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Kom uit uw filterbubbel en praat eens met een andersdenkende	Trouw, Service; Blz. 20, 368 words
Jesse Klaver	11-3-2017	Klaver toont zich soeverein	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 208 words
Jesse Klaver	11-3-2017	SP wil wel met PvdA, maar slaat alle handreikingen af	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 7, 172 words
Jesse Klaver	13-3-2017	'Goed dat regering niet zwicht voor Erdogan'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 006, 625 words
Jesse Klaver	13-3-2017	Maak van 15 maart feest van nationale waarden	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 18, 750 words
Jesse Klaver	13-3-2017	Erdogan staat op excuses en dreigt met sancties	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 542 words
Jesse Klaver	13-3-2017	De politieke manvrouw	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 624 words
Jesse Klaver	13-3-2017	Ik geef een blik op de keerzijde van onze rijkdom	Trouw, Cultuur en Media; Blz. 11, 657 words
Jesse Klaver	13-3-2017	Buitenlandse media kijken naar Wilders	Trouw, De Verdieping; Blz. 2, 3, 1380 words

Jesse Klaver	14-3-2017	Rutte deelt uit, Geert Wilders incasseert	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 442 words
Jesse Klaver	14-3-2017	Premierskaart troef in tv-debat	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 003, 552 words
Jesse Klaver	14-3-2017	Boodschap Klaver niet realistisch	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 140 words
Jesse Klaver	14-3-2017	Haagse eensgezindheid over Turkije verleden tijd	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 8, 9, 934 words
Jesse Klaver	14-3-2017	Televisie	de Volkskrant, V RTV; Blz. 16, 17, 271 words
Jesse Klaver	14-3-2017	De lijsttrekker in het wild bewaakt altijd zijn imago	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 1741 words
Jesse Klaver	14-3-2017	Het hele scenario was vorige week al bekend	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 459 words
Jesse Klaver	14-3-2017	Slotdebat De enige keer Rutte vs. Wilders	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 92 words
Jesse Klaver	14-3-2017	Nederland onder premier...	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 926 words
Jesse Klaver	14-3-2017	'69 procent van de Turken in Nederland koos voor Erdogan'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 112 words
Jesse Klaver	14-3-2017	Vergis je niet: de multiculturele samenleving is juist wel gelukt	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 22, 987 words
Jesse Klaver	14-3-2017	Eensgezindheid	Trouw, Vandaag; Blz. 2, 519 words
Jessica van Eijs	11-3-2017		NRC Handelsblad
Joba van den Berg-Jansen			
Joel Voordewind	28-2-2017	Versoepeling Kabinet negeert oproep om ruimer kinderpardon	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 9, 110 words
Joel Voordewind	2-3-2017	Hoe superwoman Ploumen Trump trotseert	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 20, 718 words
Joel Voordewind	6-3-2017	De PvdA is bij 'Broodje Meijer' iets van vroeger	Trouw, Religie en Filosofie; Blz. 6, 7, 1376 words
Joel Voordewind	10-3-2017	Broeders en zusters, stem!'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 498 words
Karen Gerbrands	13-3-2017		NRC Handelsblad
Kathalijne Buitenveld	13-3-2017	Ook bij runners-up klinkt Turkije-rel door	De Volkskrant
Kees van der Staaij	1-3-2017	Campagnedag	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 37 words
Kees van der Staaij	1-3-2017	Dankzij de Kamergotschi let ik nu meer op de echte Segers	Trouw, De Verdieping; Blz. 7, 528 words
Kees van der Staaij	1-3-2017	SGP vraagt met open brief aandacht voor ouderen	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 95 words
Kees van der Staaij	2-3-2017	Bumor	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 23, 703 words

Kees van der Staaij	2-3-2017	geachte redactie	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 26, 638 words
Kees van der Staaij	3-3-2017	Dierencampagne ...of anders voor of via dieren	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 93 words
Kees van der Staaij	4-3-2017	Christelijke partijen: D66 gaat te ver met 'voltooid leven'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 226 words
Kees van der Staaij	4-3-2017	SGP-vrouwen	Trouw, Letter en Geest; Blz. 35, 189 words
Kees van der Staaij	4-3-2017	Krijg je als politicus ineens een slang om je nek gedrapeerd	Trouw, Service; Blz. 22, 378 words
Kees van der Staaij	4-3-2017	Ophef na uitspraken Pechtold over 'voltooid leven' onder de 75 jaar	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 376 words
Kees van der Staaij	6-3-2017	Gelukkig	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 498 words
Kees van der Staaij	6-3-2017	Heimwee naar de zuilen door de onvoorspelbare kiezers	Trouw, Service; Blz. 12, 548 words
Kees van der Staaij	7-3-2017	kruiswoordtest 4676	Trouw, Service; Blz. 19, 350 words
Kees van der Staaij	8-3-2017	Stem op mij	de Volkskrant, V Opening; Blz. 4, 5, 6, 7, 3136 words
Kees van der Staaij	8-3-2017	Zelfs in Praag wil iedereen weten: gaat Wilders winnen?	Trouw, De Verdieping; Blz. 7, 552 words
Kees van der Staaij	10-3-2017	Zwaarbewapende politieagenten bij christelijk debat Ede	Trouw, Binnenland; Blz. 6, 138 words
Kees van der Staaij	10-3-2017	De campagne van de SGP straalt liefde uit, terwijl anderen elkaar graag afmaken	Trouw, Binnenland; Blz. 6, 574 words
Kees van der Staaij	11-3-2017	Bedankt, Lodewijk Asscher	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 21, 134 words
Kees van der Staaij	11-3-2017	Maar kunnen ze ook schrijven?	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 16, 17, 18, 19, 1985 words
Kees van der Staaij	11-3-2017	Nieuw Peil	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 40, 41, 42, 43, 1636 words
Kees van der Staaij	11-3-2017	Op weg naar een lange formatie	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 662 words
Kees van der Staaij	11-3-2017	Van der Staaij: een geliefde gast	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 96 words
Kees van der Staaij	13-3-2017	Hoeders van de progressieve kroonjuwelen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 1526 words
Kees van der Staaij	13-3-2017	Nieuwkomers moeten knokken voor die ene zetel	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 640 words
Kees van der Staaij	14-3-2017	Bestaat er echt een partij voor dieren?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 469 words
Kees Verhoeven	2-3-2017	Ontbijt-tv WNL licht en echt niet rechts	NRC Handelsblad, Media; Blz. 20, 526 words
Kees Verhoeven	4-3-2017	Toch software bij tellen stemmen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 392 words
Kees Verhoeven	9-3-2017	Hoe thermostaat en tv cyberwapens konden worden	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 6, 934 words
Khadidja	2-3-2017	Arib haalt uit naar werkwijze Denk	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 83

Arib			words
Khadidja			De Telegraaf, VERKIEZINGEN;
Arib	6-3-2017	Khadija geeft haar helden een podium	Blz. 008, 69 words
Khadidja			De Telegraaf, VERKIEZINGEN;
Arib	6-3-2017	Niet miss te verstaan!	Blz. 009, 270 words
Khadidja			De Telegraaf, BINNENLAND;
Arib	7-3-2017	Debatleider is de sjaak	Blz. 007, 788 words
Khadidja			De Telegraaf, BINNENLAND;
Arib	7-3-2017	Links wacht op een wonder	Blz. 011, 873 words
Khadidja			NRC Handelsblad, Den Haag;
Arib	7-3-2017	Libelle-debat Arib debatteert selectief	Blz. 8, 93 words
Khadidja			de Volkskrant, Ten Eerste;
Arib	8-3-2017	Hierom stemmen we	Blz. 12, 13, 14, 3048 words
Khadidja			NRC Handelsblad, Media; Blz.
Arib	8-3-2017	No Headline In Original	2, 34 words
Khadidja	10-3-		de Volkskrant, Ten Eerste;
Arib	2017	Patstelling over rol Koning bij formatie	Blz. 1, 566 words
Khadidja	10-3-		Trouw, De Verdieping; Blz. 4,
Arib	2017	Aan alle kanten knel Verkiezingskoorts	5, 1708 words
Khadidja			AD/Algemeen Dagblad,
Arib	11-3-		Magazine; Blz. 10, 11, 12, 13,
	2017	'Ik tob niet over de toekomst'	8, 1867 words
Khadidja	11-3-		AD/Algemeen Dagblad,
Arib	2017	Khadija Arib	Magazine; Blz. 11, 99 words
Khadidja	11-3-		NRC Handelsblad, Den Haag;
Arib	2017	Hij laat geen angst zien voor de macht	Blz. 14, 3284 words
Khadidja	13-3-		de Volkskrant, Ten Eerste;
Arib	2017	Ook bij runners-up klinkt Turkije-rel door	Blz. 13, 687 words
Khadidja	13-3-		Trouw, Religie en Filosofie;
Arib	2017	Welke koers gaat DENK straks varen?	Blz. 6, 7, 1132 words
Kirsten van			
den Hul	7-3-2017		NRC Handelsblad
Klaas			de Volkskrant, Ten Eerste;
Dijkhoff	1-3-2017	baron Klaas universalis	Blz. 13, 143 words
Klaas			NRC Handelsblad,
Dijkhoff	3-3-2017	Staat gedaagd om vluchtelingen	Buitenland; Blz. 1, 772 words
Klaas			NRC Handelsblad,
Dijkhoff	6-3-2017	Afspraak is afspraak Nederland moet beloofde vluchtelingen opnemen	Binnenland; Blz. 17, 431 words
Klaas			NRC Handelsblad,
Dijkhoff	6-3-2017	'Exclusief' Lijsttrekkers zijn een dag hoofdredacteur Telegraaf	Binnenland; Blz. 6, 129 words
Klaas			Trouw, Vandaag; Blz. 6, 168
Dijkhoff	8-3-2017	Een toezegging zegt deze campagne helemaal niets	words
Klaas			AD/Algemeen Dagblad,
Dijkhoff	9-3-2017	Partijen naar rechter in belang vluchtelingen	Nieuwsdienst; Blz. 19, 290 words
Klaas			AD/Algemeen Dagblad,
Dijkhoff	11-3-2017	Als lijsttrekker kun je maar beter voor Feyenoord zijn	Sportwereld; Blz. 8, 9, 1206 words
Klaas			De Telegraaf, BINNENLAND;
Dijkhoff	11-3-2017	'Het karwei is nog niet af'	Blz. 002, 1383 words

Klaas Dijkhoff	11-3-2017	Ton van Haperen: Dijkhoff neemt de leraar serieus	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 4, 265 words
Klaas Dijkhoff	14-3-2017	Vriendinnen van uitgeprocedeerde Eliza willen dat ze nog hier examen mag doen	Trouw, Nederland; Blz. 9, 481 words
Lammert van Raan			
Léon de Jong			
Leonie Sazias	1-3-2017	Partij staat pal achter Krol	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 13, 171 words
Leonie Sazias	1-3-2017	50Plus Henk Krol moet wat minder in de media	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 121 words
Leonie Sazias	2-3-2017	Sazias moet stoppen	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 001, 37 words
Leonie Sazias	2-3-2017	'Ik wil niet dood, ik wil nog leven'	De Telegraaf, PRIVE; Blz. 008, 686 words
Leonie Sazias	2-3-2017	Seniorenpartij Léonie Sazias schroeft campagne voor 50plus terug vanwege ziekte	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 117 words
Leonie Sazias	2-3-2017	We heten toch niet voor niks 50Plus?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 1503 words
Leonie Sazias	3-3-2017	Henk Krol 'knokt door'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 934 words
Leonie Sazias	3-3-2017	[Léonie Sazias, de nummer 2 op de kieslijst van 50P...]*	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 44 words
Leonie Sazias	3-3-2017	Léonie Sazias (59) moet stap terug doen vanwege darmkanker	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 131 words
Leonie Sazias	4-3-2017	Ach mevrouw, ze overdrijven zo'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 1892 words
Leonie Sazias	8-3-2017	Ziekte is de zwakke plek van een ouderenpartij	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 582 words
Leonie Sazias	13-3-2017	Zieke Sazias kan Kamer in	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 010, 105 words
Leonie Sazias	14-3-2017	#HeliHenk Krol doet het toch niet rustig aan	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 91 words
Liesbeth van Tongeren	2-3-2017	Onderhuids zit een enorme teleurstelling over hoe Den Haag met ons is omgesprongen	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 243 words
Liesbeth van Tongeren	6-3-2017	Een leuke puzzel voor het hele gezin!	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 012, 1052 words
Liesbeth van Tongeren	11-3-2017	Stemadviezen van een leraar, een moeder, een Groninger	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 10, 1254 words
Lilian Helder			
Lilian Marijnissen	3-3-2017	Op jacht naar de thuisblijvers	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1633 words
Lilian Marijnissen	6-3-2017	Vier vrouwen, vier vragen	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 017, 767 words
Lilian Marijnissen	8-3-2017	Rustig ten strijde tegen de cowboys	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1321 words
Lilian Marijnissen	11-3-2017	Stemadviezen van een leraar, een moeder, een Groninger	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 10, 1254 words
Lianne Ploumen	2-3-2017	Hoe superwoman Ploumen Trump trotseert	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 20, 718 words
Lianne	3-3-2017	181 miljoen toegezegd voor gezinsplanning	de Volkskrant, Ten Eerste;

Ploumen			Blz. 10, 158 words
Lianne Ploumen	3-3-2017	'She Decides'-conferentie Ploumen haalt 181 mln op voor vrouwen in ontwikkelingslanden	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 131 words
Lianne Ploumen	4-3-2017	M/V van de week	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 2, 114 words
Lianne Ploumen	11-3-2017	SCHEURCALENDER	De Telegraaf, JOURNAAL; Blz. 035, 10 words
Lianne Ploumen	11-3-2017	Stemadviezen van een leraar, een moeder, een Groninger	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 10, 1254 words
Linda Voortman	6-3-2017		De Telegraaf
Lisa Westerveld			
Lodewijk Asscher	28-2-2017	Havist via het mbo sneller aan het werk	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 6, 316 words
Lodewijk Asscher	28-2-2017	Asscher wordt pas laat wakker	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 223 words
Lodewijk Asscher	28-2-2017	Beveiligingslek raakt ook andere leiders	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 848 words
Lodewijk Asscher	28-2-2017	Wie waren de nee-schudders achter Buma op de tribune?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 466 words
Lodewijk Asscher	28-2-2017	Het verkiezingsdebat dat niemand zich zal heugen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 640 words
Lodewijk Asscher	28-2-2017	Welke lijsttrekker heeft zich in het RTL-debat het beste gepresenteerd als potentiële premier?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 570 words
Lodewijk Asscher	1-3-2017	No Headline In Original	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 1, 11 words
Lodewijk Asscher	1-3-2017	Iedereen de zweep, behalve de banken	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 478 words
Lodewijk Asscher	1-3-2017	Campagnedag	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 37 words
Lodewijk Asscher	1-3-2017	Voor Asscher dringt de tijd	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 877 words
Lodewijk Asscher	1-3-2017	Het is Henk Krol soms een beetje te veel	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 469 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	Hogerhuis wil garantie van de rechten van EU-burgers	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 224 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	Tichelaar (PvdA) stapt op na vriendjespolitiek	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 401 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	Zieljes winnen met selfies	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 006, 968 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	Woedend ten onder	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 010, 437 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	Man van 17 miljard	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 027, 211 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	Asscher: besluit is verstandig	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 105 words

Lodewijk Asscher	2-3-2017	De lijsttrekkers hollen zich gek	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 9, 938 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	We heten toch niet voor niks 50Plus?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 1503 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	Ik geef een les voor het leven	Trouw, Cultuur en Media; Blz. 15, 546 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	Verbinden in tijden van populisme	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1571 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	Campagnes gaan dit keer over inhoud	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 656 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	Tichelaar stapt op na verhit debat in Drentse Staten	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 510 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	Compliment voor Keijzer, die loskomt van 'soort truttigheid'	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 162 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	Asscher gelooft in verkiezingswinst PvdA, de anderen niet	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 175 words
Lodewijk Asscher	2-3-2017	PvdA Hellevoetsluis blijft positief	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 7, 671 words
Lodewijk Asscher	3-3-2017	PvdA (45 seconden)	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 11, 74 words
Lodewijk Asscher	3-3-2017	Overuren voor verkiezingskrant	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 424 words
Lodewijk Asscher	3-3-2017	PvdA wil Tichelaar vergeten	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 008, 188 words
Lodewijk Asscher	3-3-2017	Geachte redactie	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 25, 613 words
Lodewijk Asscher	3-3-2017	PvdA creëert zeventien nieuwe waarden	de Volkskrant, V DIDU; Blz. 24, 273 words
Lodewijk Asscher	3-3-2017	Politieke podcast NRC	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 51 words
Lodewijk Asscher	3-3-2017	Filmpjes	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 416 words
Lodewijk Asscher	3-3-2017	De kiezer wil controle: de grens is terug	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1770 words
Lodewijk Asscher	3-3-2017	Coalitie richt alle pijlen op 'vakantievierder'	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 529 words
Lodewijk Asscher	3-3-2017	Buma	
Lodewijk Asscher	3-3-2017	Op de koffie bij de PvdA: geen vragen over de commissaris	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 166 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	We hebben een nieuw politiek systeem nodig	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 10, 11, 12, 8, 9, 2092 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	Rutte en Asscher zijn in paniek'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 966 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	Asscher: Buma misleidt kiezers ergernis	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 9, 140 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	Kinderen van hun eigen tijd	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 040, 2084 words
Lodewijk	4-3-2017	Kinderen van hun eigen tijd	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz.

Asscher			042, 2084 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	Kinderen van hun eigen tijd	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 044, 2084 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 014, 905 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	Terug naar Nederland zoals het nooit was	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 10, 11, 8, 9, 2118 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	Jesse	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 1, 144 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	Groningse wanhoop gefilmd in duizenden beelden	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 10, 11, 840 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	De richtingloosheid regeert	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 815 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	De rode tempel van Hans Spekman	de Volkskrant, Vonk; Blz. 2, 3, 4, 5, 3211 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	Hartstikke goed dat Klaver volle zalen trekt	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1710 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	Verwacht u dat het Asscher lukt om Klaver in te halen als linkse leider?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 12, 450 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	'Wij moeten niet denken dat we op een eiland zitten'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 2906 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	Minister	NRC Handelsblad, Sport; Blz. 30, 564 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	Mijn rol is die van Mozes	Trouw, De Verdieping; Blz. 8, 9, 2042 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	lezersreacties	Trouw, Opinie; Blz. 24, 738 words
Lodewijk Asscher	4-3-2017	Kieskompas: Rutte blijft favoriet als premier	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 568 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	Harde botsingen tussen links en rechts in televisiedebat	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 483 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	[Lijsttrekkers (vlnr) Jesse Klaver (GroenLinks), Em...]*	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 53 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	Wilders: 'Meer chocoladeletters'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 989 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	Zes lijsttrekkers voor één dag hoofdredacteur	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 001, 42 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	miljarden naar kinderopvang	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 007, 363 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	Freek krijgt fanmail	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 007, 73 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	'Op Lodewijk kun je bouwen'	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 008, 1032 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	Turkse ministers weigeren, dat is echt een 'paardenmiddel'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 10, 646 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	Een koning stemt nu eenmaal niet, zelfs niet op de Niet Stemmers	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 403 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	Rutte moet toekijken hoe Buma naar rechts lonkt	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 808 words

Lodewijk Asscher	6-3-2017	Altijd positief nieuws in je eigen partijkrant	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 689 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	Nutella-bordeel	de Volkskrant, V DIDU; Blz. 12, 440 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	'Exclusief' Lijsttrekkers zijn een dag hoofdredacteur Telegraaf	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 129 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	Krantje maken	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 494 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	Buma zoekt positie op rechts, Asscher vooral in defensief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 929 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 4, 576 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	De stem van Nassouwe	Trouw, De Verdieping; Blz. 16, 519 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	De PvdA is bij 'Broodje Meijer' iets van vroeger	Trouw, Religie en Filosofie; Blz. 6, 7, 1376 words
Lodewijk Asscher	6-3-2017	President Erdogan komt desnoods zelf campagnevoeren	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 773 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	Gewoon veel last van kabinetsteilname'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 374 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	Diana wuift kritiek weg	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 478 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	debat lijsttrekkers	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 22, 611 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	Debatleider is de sjaak	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 788 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	Babyboomer zwaargewicht	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 010, 836 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	Links wacht op een wonder	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 873 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	'Ze beloven gouden bergen'	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 562 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	Erdogan heeft baat bij ruzie met Europa	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 14, 794 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	Herboren Henk Krol oogst alom lof voor optreden in RTL-debat	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 339 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	Emile Roemer 'Mensen moeten beseffen op wie ze kwaad moeten zijn'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 1812 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	Grondrechten Turken moeten ook hier kunnen spreken	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 17, 603 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 8, 578 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	'Kom op, die politici zijn hierop getraind!'	NRC Handelsblad, Media; Blz. 8, 792 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	VVD in laatste week op jacht naar de 'premierbonus'	Trouw, Nederland; Blz. 7, 652 words
Lodewijk Asscher	7-3-2017	Nederland en Turkije op ramkoers	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 627 words

Lodewijk Asscher	7-3-2017	President Erdogan heeft stemmen uit de Turkse diaspora hard nodig	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 678 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	Asscher belandt in Hofvijver	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 004, 332 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	Aasgieren	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 022, 431 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	'Alles in fris jasje, behalve ik'	De Telegraaf, RADIOTV; Blz. 018, 683 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	Beloofte tot gelijke rechten	De Telegraaf, VROUW; Blz. 011, 186 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	Bloedstollend saai	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 26, 760 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	Hierom stemmen we	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 14, 3048 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	Campagne die over de campagne gaat	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 689 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	Torentje Prik voor het Jeugdjournaal	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 456 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	Stem op mij	de Volkskrant, V Opening; Blz. 4, 5, 6, 7, 3136 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	De campagne van burgers vs. politici	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 796 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	No Headline In Original	NRC Handelsblad, Media; Blz. 2, 34 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	Problemen bij het UWV verschuiven van plek	Trouw, Economie; Blz. 17, 623 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	Ziekte is de zwakke plek van een ouderenpartij	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 582 words
Lodewijk Asscher	8-3-2017	Kwartetten met de lijsttrekkers	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 608 words
Lodewijk Asscher	9-3-2017	Jesse	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 394 words
Lodewijk Asscher	9-3-2017	geachte redactie	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 26, 663 words
Lodewijk Asscher	9-3-2017	Campagnecrisis	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 580 words
Lodewijk Asscher	9-3-2017	Immigratie: open armen of grenzen dicht?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 7, 742 words
Lodewijk Asscher	9-3-2017	Spuit elf	NRC Handelsblad, Achterpagina; Blz. 20, 549 words
Lodewijk Asscher	9-3-2017	Rotterdam-Zuid Burgemeester Aboutaleb voert geen campagne met de PvdA-lijsttrekker – of toch?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 112 words
Lodewijk Asscher	10-3-2017	Ik voel dat het simpelweg nog niet af is'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 3, 1412 words
Lodewijk Asscher	10-3-2017	Job Cohen: Asscher zwak in Carré-debat	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 185 words

Lodewijk Asscher	10-3-2017	Voor wie linkser beleid wil, ben ik er'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 5, 1384 words
Lodewijk Asscher	10-3-2017	Stilletjes naar de slachtkant	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 1011 words
Lodewijk Asscher	10-3-2017	GroenLinks plukt PvdA verder kaal	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 003, 306 words
Lodewijk Asscher	10-3-2017	geachte redactie	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 31, 653 words
Lodewijk Asscher	10-3-2017	Rode ballen	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 461 words
Lodewijk Asscher	10-3-2017	De PvdA weet: deze strijd valt niet meer te winnen	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 502 words
Lodewijk Asscher	10-3-2017	De campagne van de SGP straalt liefde uit, terwijl anderen elkaar graag afmaken	Trouw, Binnenland; Blz. 6, 574 words
Lodewijk Asscher	10-3-2017	Aan alle kanten knel Verkiezingskoorts	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1708 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	Jesse Klaver is tofu'	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 42, 440 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	Fiasco	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 396 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	SP en PvdA slaan elkaar op tv om de oren	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 412 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	Als lijsttrekker kun je maar beter voor Feyenoord zijn	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 8, 9, 1206 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	'Het karwei is nog niet af'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 1383 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	Drama voor Asscher te verwachten	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 835 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	Ook komend kabinet hervormt	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 038, 796 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	Werkgevers en bonden koken akkoord voor voor formatie	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 039, 310 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 014, 877 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	Bedankt, Lodewijk Asscher	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 21, 134 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	Maar kunnen ze ook schrijven?	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 16, 17, 18, 19, 1985 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	TV-tips	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 71, 375 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	PvdA: 'We gaan het net zo doen als Barcelona'	de Volkskrant, Sport; Blz. 43, 425 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	De linkse vicepremier versus de linkse oppositieleider	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 473 words
Lodewijk Asscher	11-3-2017	Lodewijk Asscher 'Mijn grootste electorale concurrent is de thuisblijver'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 8, 9, 1903 words

Lodewijk Asscher	11-3- 2017	No Headline In Original	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 208 words
Lodewijk Asscher	11-3- 2017	Levelen	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 34, 392 words
Lodewijk Asscher	11-3- 2017	Rozen in de hand	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 34, 468 words
Lodewijk Asscher	11-3- 2017	Hij laat geen angst zien voor de macht	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 14, 3284 words
Lodewijk Asscher	11-3- 2017	Jij-bak: bijna iedereen saneerde mee	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 2, 601 words
Lodewijk Asscher	11-3- 2017	Wat voor kiezer bent u?	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1977 words
Lodewijk Asscher	11-3- 2017	Milieudebate	Trouw, Letter en Geest; Blz. 2, 544 words
Lodewijk Asscher	11-3- 2017	Middenkabinet met vier of vijf, dat wordt het	Trouw, Opinie; Blz. 28, 29, 725 words
Lodewijk Asscher	11-3- 2017	Asscher heeft nog vier dagen	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 200 words
Lodewijk Asscher	11-3- 2017	SP wil wel met PvdA, maar slaat alle handreikingen af	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 7, 172 words
Lodewijk Asscher	13-3- 2017	Nét voor 15 maart barst de bom	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 3, 636 words
Lodewijk Asscher	13-3- 2017	Conflict tot climax	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 837 words
Lodewijk Asscher	13-3- 2017	Kanjer	de Volkskrant, V DIDU; Blz. 12, 455 words
Lodewijk Asscher	13-3- 2017	Politieke uitkomst: de eer voor Rutte en de pijn voor Asscher?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 440 words
Lodewijk Asscher	13-3- 2017	De politieke manvrouw	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 624 words
Lodewijk Asscher	13-3- 2017	Spierballen in plaats van diplomatie	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 666 words
Lodewijk Asscher	13-3- 2017	Met de ambulance naar de kiezer	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 592 words
Lodewijk Asscher	14-3- 2017	Turkije stapt naar Europees Hof	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 283 words
Lodewijk Asscher	14-3- 2017	Er zitten behoorlijke littekens op mijn gezicht'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 1024 words
Lodewijk Asscher	14-3- 2017	Normaal betekent niet gewoon. Ik wil geen gewoon land'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 10, 11, 2165 words
Lodewijk Asscher	14-3- 2017	Affaire-Turkije geeft Rutte nieuw 'pleur op- moment'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 399 words
Lodewijk Asscher	14-3- 2017	Bestaat er echt een partij voor dieren?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 469 words
Lodewijk Asscher	14-3- 2017	Haagse eensgezindheid over Turkije verleden tijd	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 8, 9, 934 words

Lodewijk Asscher	14-3-2017	Televisie	de Volkskrant, V RTV; Blz. 16, 17, 271 words
Lodewijk Asscher	14-3-2017	De lijsttrekker in het wild bewaakt altijd zijn imago	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 1741 words
Lodewijk Asscher	14-3-2017	Slotdebat De enige keer Rutte vs. Wilders	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 92 words
Lodewijk Asscher	14-3-2017	No Headline In Original	NRC Handelsblad, Buitenland; Blz. 14, 169 words
Lodewijk Asscher	14-3-2017	Erdogans steunpilaren	Trouw, De Verdieping; Blz. 2, 3, 764 words
Lodewijk Asscher	14-3-2017	Turkse organisaties roepen op tot kalmte na gesprek Asscher	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 405 words
Maarten Grootenhuis			
Maarten Hijink			
Machiel de Graaf	11-3-2017		De Volkskrant
Madeleine van Toorenburg	2-3-2017	Ontbijt-tv WNL licht en echt niet rechts	NRC Handelsblad, Media; Blz. 20, 526 words
Madeleine van Toorenburg	11-3-2017	Celbellen schokt	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 010, 538 words
Madeleine van Toorenburg	13-3-2017	Hoeders van de progressieve kroonjuwelen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 1526 words
Malik Azmani	28-2-2017	Opeens zwart	de Volkskrant, V Opening; Blz. 10, 11, 1116 words
Malik Azmani	7-3-2017	Geen last van Geert	de Volkskrant, V Opening; Blz. 8, 9, 998 words
Malik Azmani	14-3-2017	Doorloper	de Volkskrant, V Opening; Blz. 8, 9, 960 words
Marianne Thieme	28-2-2017	Lezersbrieven	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 23, 475 words
Marianne Thieme	28-2-2017	Halve waarheden	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 309 words
Marianne Thieme	1-3-2017	Wilders weigert debat met zijn eigen geweten	de Volkskrant, V DIDU; Blz. 20, 299 words
Marianne Thieme	1-3-2017	Dankzij de Kamergotschi let ik nu meer op de echte Segers	Trouw, De Verdieping; Blz. 7, 528 words
Marianne Thieme	2-3-2017	Welkom terug, Martine	AD/Algemeen Dagblad, AD Nationaal; Blz. 40, 41, 352 words
Marianne Thieme	3-3-2017	Filmpjes	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 416 words
Marianne Thieme	3-3-2017	Nieuwsuur' blijft scherp, Jort Kelder gaat bijna vliegen	Trouw, Service; Blz. 16, 533 words
Marianne Thieme	4-3-2017	Huize Tetrode	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 25, 512 words

Marianne Thieme	4-3-2017	Wilders blijkt het vaakst in de koppen te staan	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 26, 1087 words
Marianne Thieme	4-3-2017	Waar blijft het pittige debat over Europa?	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 2, 644 words
Marianne Thieme	4-3-2017	Waar blijft het pittige debat over Europa?	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 2, 644 words
Marianne Thieme	4-3-2017	Marianne Thieme krijgt in Carrédebat haar gouden kans	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 5, 881 words
Marianne Thieme	6-3-2017	[Lijsttrekkers (vlnr) Jesse Klaver (GroenLinks), Em...]*	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 53 words
Marianne Thieme	6-3-2017	Hoepels	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 556 words
Marianne Thieme	6-3-2017	Rutte moet toekijken hoe Buma naar rechts lonkt	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 808 words
Marianne Thieme	6-3-2017	Buma zoekt positie op rechts, Asscher vooral in defensief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 929 words
Marianne Thieme	6-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 4, 576 words
Marianne Thieme	6-3-2017	Een eigen plan is beter dan het plan van een ander steunen	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 159 words
Marianne Thieme	7-3-2017	Diana wuift kritiek weg	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 478 words
Marianne Thieme	7-3-2017	Carré	AD/Algemeen Dagblad, Showbuzz; Blz. 32, 362 words
Marianne Thieme	7-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 1132 words
Marianne Thieme	7-3-2017	De zwevende kiezer	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 301 words
Marianne Thieme	7-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 8, 578 words
Marianne Thieme	7-3-2017	Als Nederland van iedereen is, dan het debat ook graag	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 610 words
Marianne Thieme	8-3-2017	Expo dierenpartij in verkeerde keelgat	De Telegraaf, REGIO; Blz. 013, 496 words
Marianne Thieme	8-3-2017	Zelfs in Praag wil iedereen weten: gaat Wilders winnen?	Trouw, De Verdieping; Blz. 7, 552 words
Marianne Thieme	8-3-2017	Hoe staat het met de positie van de vrouw?	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 759 words
Marianne Thieme	9-3-2017	VOETNOOT destructiedrift	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 1, 155 words
Marianne Thieme	9-3-2017	Vrouwendag werd (bijna) niet gevierd	NRC Handelsblad, Media; Blz. 16, 546 words
Marianne Thieme	9-3-2017	Politici treinen met jonge kiezers	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 597 words
Marianne Thieme	10-3-2017	Nederlanders willen niet dat een vrouw de baas is	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 29, 694 words
Marianne Thieme	11-3-2017	Jesse Klaver is tofu'	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 42, 440 words
Marianne	11-3-	Buitenland is ver te zoeken in Nederlandse	de Volkskrant, Opinie en

Thieme	2017	verkiezingen	Debat; Blz. 22, 790 words
Marianne Thieme	11-3-2017	Maar kunnen ze ook schrijven?	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 16, 17, 18, 19, 1985 words
Marianne Thieme	11-3-2017	Vrezen	NRC Handelsblad, Lux; Blz. 4, 592 words
Marianne Thieme	11-3-2017	Arno Adelaars: Van Marianne mag je wiet telen	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 4, 207 words
Marianne Thieme	11-3-2017	Thieme gaat haar eigen gang	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 102 words
Marianne Thieme	13-3-2017	De politieke manvrouw	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 624 words
Mark Harbers			
Mark Rutte	28-2-2017	Oude Pekela	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 10, 11, 8, 9, 3470 words
Mark Rutte	28-2-2017	Mark Rutte gaat uit van 41 zetels	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 5, 376 words
Mark Rutte	28-2-2017	Tv-debat	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 22, 305 words
Mark Rutte	28-2-2017	Geen eendagsvlieg meer	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 9, 665 words
Mark Rutte	28-2-2017	Verliezer	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 499 words
Mark Rutte	28-2-2017	Paaien met proefballonnen	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 636 words
Mark Rutte	28-2-2017	Beveiligingslek raakt ook andere leiders	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 848 words
Mark Rutte	28-2-2017	Wereldtitel met extra glans	De Telegraaf, SPORT; Blz. 006, 505 words
Mark Rutte	28-2-2017	Wie waren de nee-schudders achter Buma op de tribune?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 466 words
Mark Rutte	28-2-2017	Het verkiezingsdebat dat niemand zich zal heugen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 640 words
Mark Rutte	28-2-2017	Welke lijsttrekker heeft zich in het RTL-debat het beste gepresenteerd als potentiële premier?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 570 words
Mark Rutte	28-2-2017	Viceland wil zijn wat MTV vroeger was	NRC Handelsblad, Media; Blz. 2, 789 words
Mark Rutte	28-2-2017	RTL erkent: uitzenden VVD-spotje na CDA-spotje was fout	NRC Handelsblad, Media; Blz. 4, 486 words
Mark Rutte	28-2-2017	Het parlement is geen klooster	Trouw, Opinie; Blz. 19, 587 words
Mark Rutte	28-2-2017	RTL biedt CDA excuses aan na VVD-volgspot	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 164 words
Mark Rutte	1-3-2017	Randstad wil 35 miljard voor facelift	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 1, 254 words

Mark Rutte	1-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 1135 words
Mark Rutte	1-3-2017	Premiersbenen	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 23, 784 words
Mark Rutte	1-3-2017	Den Haag verliest een statig heethoofd	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 1550 words
Mark Rutte	1-3-2017	Campagnedag	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 37 words
Mark Rutte	1-3-2017	Voor Asscher dringt de tijd	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 877 words
Mark Rutte	1-3-2017	Jinek de furie zet Jan Roos in de hoek	NRC Handelsblad, Media; Blz. 12, 492 words
Mark Rutte	1-3-2017	Wat mij verbaast is het stuurloze CDA	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 642 words
Mark Rutte	1-3-2017	Strategische stem is onmogelijk	Trouw, Opinie; Blz. 25, 588 words
Mark Rutte	2-3-2017	Positief	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 423 words
Mark Rutte	2-3-2017	Bumor	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 23, 703 words
Mark Rutte	2-3-2017	brief van de dag Niet samsom handelde cynisch	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 26, 227 words
Mark Rutte	2-3-2017	Asscher: besluit is verstandig	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 105 words
Mark Rutte	2-3-2017	Het eeuwige euvel van D66	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 8, 362 words
Mark Rutte	2-3-2017	Overal duiken ze op, Marks maatjes	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 8, 693 words
Mark Rutte	2-3-2017	De lijsttrekkers hollen zich gek	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 9, 938 words
Mark Rutte	2-3-2017	HP/De Tijd Verdonk: beloftes Rutte niets waard	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 76 words
Mark Rutte	2-3-2017	Tweestrijd VVD zoekt PVV op als tegenstander	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 78 words
Mark Rutte	2-3-2017	Commissie-Juncker zet de lidstaten voor het blok	NRC Handelsblad, Buitenland; Blz. 8, 724 words
Mark Rutte	2-3-2017	Rita Verdonk: doe een stap opzij, Geert	NRC Handelsblad, Media; Blz. 20, 231 words
Mark Rutte	2-3-2017	Campagnes gaan dit keer over inhoud	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 656 words
Mark Rutte	2-3-2017	De verbouwing van Europa in vijf scenario's	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 1017 words
Mark Rutte	2-3-2017	D66 en VVD twisten over kosten klimaat	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 80 words
Mark Rutte	3-3-2017	En de Oscar voor het beste campagnefilmpje gaat naar...	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 10, 323 words
Mark Rutte	3-3-2017	Overuren voor verkiezingsskrant	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 424 words

Mark Rutte	3-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 014, 1130 words de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 549 words
Mark Rutte	3-3-2017	Nep	
Mark Rutte	3-3-2017	Harde campagne Wedstrijdjes uithalen naar de tegenstander	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 144 words
Mark Rutte	3-3-2017	Verwacht u dat VVD-lijsttrekker Mark Rutte de premierbonus nog gaat incasseren?	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 441 words
Mark Rutte	3-3-2017	Rutte wil vragen over Wilders, niet over Buma	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 533 words
Mark Rutte	3-3-2017	Filmpjes	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 416 words
Mark Rutte	3-3-2017	De kiezer wil controle: de grens is terug	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1770 words
Mark Rutte	3-3-2017	Nieuwsuur' blijft scherp, Jort Kelder gaat bijna vliegen	Trouw, Service; Blz. 16, 533 words
Mark Rutte	3-3-2017	Coalitie richt alle pijlen op 'vakantievierder'	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 529 words
Mark Rutte	3-3-2017	Buma	
Mark Rutte	4-3-2017	Rutte en Asscher zijn in paniek'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 966 words
Mark Rutte	4-3-2017	Rutte duimt voor boer Herman	AD/Algemeen Dagblad, Showbuzz; Blz. 43, 666 words
Mark Rutte	4-3-2017	Nijhuis is de Derks van nu	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 5, 490 words
Mark Rutte	4-3-2017	Niks mis met 'ouderwets'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 1309 words
Mark Rutte	4-3-2017	Aanpassen	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 494 words
Mark Rutte	4-3-2017	Kinderen van hun eigen tijd	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 040, 2084 words
Mark Rutte	4-3-2017	Kinderen van hun eigen tijd	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 042, 2084 words
Mark Rutte	4-3-2017	Kinderen van hun eigen tijd	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 044, 2084 words
Mark Rutte	4-3-2017	Herverdelingsmachine	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 23, 856 words
Mark Rutte	4-3-2017	De richtingloosheid regeert	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 815 words
Mark Rutte	4-3-2017	Help! Er is veel te veel om uit te kiezen	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 12, 1268 words
Mark Rutte	4-3-2017	Kippenhok	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 756 words
Mark Rutte	4-3-2017	Hartstikke goed dat Klaver volle zalen trekt	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1710 words
Mark Rutte	4-3-2017	'Wij moeten niet denken dat we op een eiland zitten'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 2906 words
Mark Rutte	4-3-2017	Waar blijft het pittige debat over Europa?	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 2, 644 words

Mark Rutte	4-3-2017	Waar blijft het pittige debat over Europa?	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 2, 644 words
Mark Rutte	4-3-2017	Kieskompas: Rutte blijft favoriet als premier	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 568 words
Mark Rutte	4-3-2017	Ook Nederland wil geen Turkse campagne	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 642 words
Mark Rutte	4-3-2017	Marianne Thieme krijgt in Carrédebat haar gouden kans	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 5, 881 words
Mark Rutte	6-3-2017	[Lijsttrekkers (vlnr) Jesse Klaver (GroenLinks), Em...]*	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 53 words
Mark Rutte	6-3-2017	Ja-kamp niet welkom, maar nee-kamp is er al	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 960 words
Mark Rutte	6-3-2017	Turkije	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 16, 342 words
Mark Rutte	6-3-2017	Wilders: 'Meer chocoladeletters'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 989 words
Mark Rutte	6-3-2017	Gelukkig	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 498 words
Mark Rutte	6-3-2017	Zes lijsttrekkers voor één dag hoofdredacteur	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 001, 42 words
Mark Rutte	6-3-2017	Directie slecht verpleeghuis moet onverbiddelijk weg	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 003, 123 words
Mark Rutte	6-3-2017	IJzersterk uit crisis	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 003, 178 words
Mark Rutte	6-3-2017	Zo'n normale premier heeft Nederland	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 004, 477 words
Mark Rutte	6-3-2017	Horoscoop van de VVD	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 004, 610 words
Mark Rutte	6-3-2017	Koorddanser	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 005, 486 words
Mark Rutte	6-3-2017	DE GROENLINKS PUZZEL: VUL 'M IN!	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 011, 112 words
Mark Rutte	6-3-2017	Roer om met Roemer	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 015, 602 words
Mark Rutte	6-3-2017	Buma breekt door	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 019, 487 words
Mark Rutte	6-3-2017	Turkse ministers weigeren, dat is echt een 'paardenmiddel'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 10, 646 words
Mark Rutte	6-3-2017	Rutte moet toekijken hoe Buma naar rechts lonkt	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 808 words
Mark Rutte	6-3-2017	Canvassen met Mark, Lodewijk en Mevlüt	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 484 words
Mark Rutte	6-3-2017	'Exclusief' Lijsttrekkers zijn een dag hoofdredacteur Telegraaf	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 129 words
Mark Rutte	6-3-2017	De ruzie met Nederland komt Erdogan goed uit	NRC Handelsblad, Buitenland; Blz. 2, 617 words
Mark Rutte	6-3-2017	Krantje maken	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 494 words
Mark Rutte	6-3-2017	Buma zoekt positie op rechts, Asscher vooral	NRC Handelsblad, Den Haag;

		in defensief	Blz. 4, 929 words
Mark Rutte	6-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 4, 576 words
Mark Rutte	7-3-2017	Campagne	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 405 words
Mark Rutte	7-3-2017	Diana wuift kritiek weg	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 478 words
Mark Rutte	7-3-2017	Links wacht op een wonder	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 873 words
Mark Rutte	7-3-2017	'Ze beloven gouden bergen'	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 562 words
Mark Rutte	7-3-2017	Herboren Henk Krol oogst alom lof voor optreden in RTL-debat	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 339 words
Mark Rutte	7-3-2017	Emile Roemer 'Mensen moeten beseffen op wie ze kwaad moeten zijn'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 1812 words
Mark Rutte	7-3-2017	Belastingen: Rutte belooft nóg meer	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 9, 744 words
Mark Rutte	7-3-2017	Wie kan/wil de Turkse campagne hier stoppen?	NRC Handelsblad, Buitenland; Blz. 4, 1645 words
Mark Rutte	7-3-2017	Niet stemmen is geen optie, aldus Freek de Jonge	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 471 words
Mark Rutte	7-3-2017	Premierbonus Rutte overvallen door Groningers en VVD-kritiek	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 140 words
Mark Rutte	7-3-2017	Verwacht u dat Wilders voordeel of nadeel zal ondervinden van zijn afwezigheid in beide RTL-debatten?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 563 words
Mark Rutte	7-3-2017	Rutte tegen boze Groningers: 0-1	NRC Handelsblad, Media; Blz. 8, 571 words
Mark Rutte	7-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 8, 578 words
Mark Rutte	7-3-2017	VVD zoekt naar de aanhang van 2012	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1552 words
Mark Rutte	7-3-2017	RTL-debat trekt minder kijkers dan 'Boer zoekt vrouw'	Trouw, Nederland; Blz. 7, 168 words
Mark Rutte	7-3-2017	VVD in laatste week op jacht naar de 'premierbonus'	Trouw, Nederland; Blz. 7, 652 words
Mark Rutte	7-3-2017	Met beide voeten op de grond	Trouw, Opinie; Blz. 19, 573 words
Mark Rutte	7-3-2017	Nederland en Turkije op ramkoers	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 627 words
Mark Rutte	8-3-2017	Rutte vindt zijn haar het mooist	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 7, 402 words
Mark Rutte	8-3-2017	Rel Rutte lijkt opzetje	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 004, 475 words
Mark Rutte	8-3-2017	'Vijftien zetels, dat zijn er nog heel veel hè'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 006, 1378 words
Mark Rutte	8-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT;

			Blz. 014, 1124 words
Mark Rutte	8-3-2017	Groepstherapie	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 23, 137 words
Mark Rutte	8-3-2017	Hierom stemmen we	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 14, 3048 words
Mark Rutte	8-3-2017	Normaal	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 553 words
Mark Rutte	8-3-2017	Torentje Prik voor het Jeugdjournaal	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 456 words
Mark Rutte	8-3-2017	Reageer maar eens op deze boze burger	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 895 words
Mark Rutte	8-3-2017	Buma voert de spotjesoorlog op	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 192 words
Mark Rutte	8-3-2017	Stemmen zonder last	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 389 words
Mark Rutte	8-3-2017	Rutte: inreisverbod voor ministers uit moslimlanden waarvan Ankara hoofdstad is	de Volkskrant, V DIDU; Blz. 20, 271 words
Mark Rutte	8-3-2017	Gamechanger	de Volkskrant, V Opening; Blz. 14, 543 words
Mark Rutte	8-3-2017	Stem op mij	de Volkskrant, V Opening; Blz. 4, 5, 6, 7, 3136 words
Mark Rutte	8-3-2017	Televisie	de Volkskrant, V RTV; Blz. 16, 17, 279 words
Mark Rutte	8-3-2017	'Groningen telde dit jaar 26 aardbevingen'	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 404 words
Mark Rutte	8-3-2017	'Als ik premier ben, zal het niet foutloos gaan'	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 1569 words
Mark Rutte	8-3-2017	De campagne van burgers vs. politici	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 796 words
Mark Rutte	8-3-2017	Rutte kan het dak op met zijn zonnepanelen	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 158 words
Mark Rutte	8-3-2017	Een toezegging zegt deze campagne helemaal niets	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 168 words
Mark Rutte	8-3-2017	Niet politici maar kiezers zorgen voor het debat	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 673 words
Mark Rutte	8-3-2017	Kwartetten met de lijsttrekkers	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 608 words
Mark Rutte	9-3-2017	Respectloos? Valt best mee	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 1, 323 words
Mark Rutte	9-3-2017	Politiek overdrijft de verhuftering'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 7, 457 words
Mark Rutte	9-3-2017	Met de tong op de schoenen naar de finish	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 662 words
Mark Rutte	9-3-2017	Stuitend hoe Mark Rutte over mensen met een uitkering praat	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 27, 246 words
Mark Rutte	9-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT;

			Blz. 014, 1099 words
Mark Rutte	9-3-2017	Kamp onderschatte risico's aardbevingen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 146 words
Mark Rutte	9-3-2017	Roemer: 'Onder de VVD gaat de AOW-leeftijd naar 74 jaar'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 440 words
Mark Rutte	9-3-2017	Als de Stemtrein rijdt, slaat de ernst toe	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 620 words
Mark Rutte	9-3-2017	Vrouwendag werd (bijna) niet gevierd	NRC Handelsblad, Media; Blz. 16, 546 words
Mark Rutte	9-3-2017	Populisme en meet-ups: Nederland is very interesting	NRC Handelsblad, Media; Blz. 2, 706 words
Mark Rutte	9-3-2017	Vuilnis prikken helpt niet	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 445 words
Mark Rutte	9-3-2017	Alles op alles voor bastion Brabant	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1467 words
Mark Rutte	9-3-2017	Campagne biedt ruimte aan uitdagers	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 655 words
Mark Rutte	9-3-2017	Politici treinen met jonge kiezers	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 597 words
Mark Rutte	10-3-2017	Nederland eist inzicht in busramp	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 1, 230 words
Mark Rutte	10-3-2017	Ik voel dat het simpelweg nog niet af is'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 3, 1412 words
Mark Rutte	10-3-2017	Burgers	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 376 words
Mark Rutte	10-3-2017	Job Cohen: Asscher zwak in Carré-debat	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 003, 249 words
Mark Rutte	10-3-2017	Rutte opent aanval	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 4, 185 words
Mark Rutte	10-3-2017	Verraad aan eigen beroepsgroep'	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 29, 532 words
Mark Rutte	10-3-2017	De campagne van de SGP straalt liefde uit, terwijl anderen elkaar graag afmaken	Trouw, Binnenland; Blz. 6, 574 words
Mark Rutte	10-3-2017	Aan alle kanten knel Verkiezingskoorts	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1708 words
Mark Rutte	11-3-2017	Blij dat ik twijfel	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 38, 39, 41, 1403 words
Mark Rutte	11-3-2017	Jesse Klaver is tofu'	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 42, 440 words
Mark Rutte	11-3-2017	De misrekening van Mark Rutte	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 870 words
Mark Rutte	11-3-2017	Mark Rutte, schaam je	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 34, 129 words
Mark Rutte	11-3-2017	Als lijsttrekker kun je maar beter voor Feyenoord zijn	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 8, 9, 1206

			words
Mark Rutte	11-3-2017	Rutte: Geert is chaos!	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 001, 94 words
Mark Rutte	11-3-2017	'Het karwei is nog niet af'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 1383 words
Mark Rutte	11-3-2017	Europese deal met Turkije voorbeeld voor Afrika	De Telegraaf, BUITENLAND; Blz. 019, 495 words
Mark Rutte	11-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 014, 877 words
Mark Rutte	11-3-2017	'Radicaal-rechts stelt weinig voor'	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 22, 23, 1868 words
Mark Rutte	11-3-2017	Maar kunnen ze ook schrijven?	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 16, 17, 18, 19, 1985 words
Mark Rutte	11-3-2017	TV-tips	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 71, 375 words
Mark Rutte	11-3-2017	Op weg naar een lange formatie	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 662 words
Mark Rutte	11-3-2017	Motiveren is nu belangrijker dan overtuigen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 997 words
Mark Rutte	11-3-2017	Lodewijk Asscher 'Mijn grootste electorale concurrent is de thuisblijver'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 8, 9, 1903 words
Mark Rutte	11-3-2017	Zijn het z'n ogen of z'n kaken?	de Volkskrant, Vonk; Blz. 14, 15, 1943 words
Mark Rutte	11-3-2017	Zorgvuldig	de Volkskrant, Vonk; Blz. 5, 527 words
Mark Rutte	11-3-2017	Hij laat geen angst zien voor de macht	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 14, 3284 words
Mark Rutte	11-3-2017	Zet Wilders nog een grote mond op?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 641 words
Mark Rutte	11-3-2017	Tot een tweestrijd met Wilders is het nog niet gekomen	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 525 words
Mark Rutte	11-3-2017	Stemadviezen van een leraar, een moeder, een Groninger	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 10, 1254 words
Mark Rutte	11-3-2017	Buma wint het van Rutte	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 2, 787 words
Mark Rutte	11-3-2017	Rutte's Benelux reikt Oost-Europa de hand	Trouw, Buitenland; Blz. 15, 656 words
Mark Rutte	11-3-2017	Zwevende idealen	Trouw, Letter en Geest; Blz. 10, 11, 678 words
Mark Rutte	11-3-2017	Boemerang	Trouw, Letter en Geest; Blz. 9, 257 words
Mark Rutte	11-3-2017	Voor een despoot schuiven we niet de Grondwet opzij	Trouw, Opinie; Blz. 28, 586 words
Mark Rutte	11-3-2017	Segers zet zijn thema's neer	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 207 words
Mark Rutte	11-3-2017	Buma raakt gevoelige snaar	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 216 words
Mark Rutte	11-3-2017	Rutte zet in op zijn leiderschap	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 224 words

Mark Rutte	11-3-2017	Kiezers van PvdA en VVD nog op drift	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 760 words
Mark Rutte	13-3-2017	Nét voor 15 maart barst de bom	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 2, 3, 636 words
Mark Rutte	13-3-2017	Demonstraties	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 5, 65 words
Mark Rutte	13-3-2017	conflict met turkije	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 16, 854 words
Mark Rutte	13-3-2017	Uitkijken naar nieuwe peiling	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 003, 305 words
Mark Rutte	13-3-2017	Campagne is inhoudelijk sterker dan ooit	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 18, 817 words
Mark Rutte	13-3-2017	Hoeders van de progressieve kroonjuwelen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 1526 words
Mark Rutte	13-3-2017	On-Nederlandse diplomatie met de megafoon	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 3, 577 words
Mark Rutte	13-3-2017	Stampvoetend werken aan het Nieuwe Turkije	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 570 words
Mark Rutte	13-3-2017	Ongemak	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 506 words
Mark Rutte	13-3-2017	RTV-tips	de Volkskrant, V RTV; Blz. 8, 9, 274 words
Mark Rutte	13-3-2017	No Headline In Original	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 1, 10 words
Mark Rutte	13-3-2017	Ruzie helpt Rutte én Erdogan	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 1, 615 words
Mark Rutte	13-3-2017	cabaret Freek de Jonge: De stemming 5 NPO 2, 20.25-22.00u.	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 192 words
Mark Rutte	13-3-2017	Debat van het Zuiden Rutte is vóór het reguleren van wietteelt; de VVD niet	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 121 words
Mark Rutte	13-3-2017	De PVV is best sociaal, maar wel selectief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1272 words
Mark Rutte	13-3-2017	Politieke uitkomst: de eer voor Rutte en de pijn voor Asscher?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 440 words
Mark Rutte	13-3-2017	Politiek is niet: romantisch de hele dag nieuwe dingen doen	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 1789 words
Mark Rutte	13-3-2017	Back to the Future met Arjen Lubach	NRC Handelsblad, Media; Blz. 8, 585 words
Mark Rutte	13-3-2017	Fascisten-gezin	NRC Handelsblad, Twee; Blz. 2, 439 words
Mark Rutte	13-3-2017	Verkiezingen en Turkije: wie doet echt, wie nep?	Trouw, Service; Blz. 12, 538 words
Mark Rutte	13-3-2017	Spierballen in plaats van diplomatie	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 666 words
Mark Rutte	14-3-2017	Turkse winkelier klaagt koning en premier aan	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 187 words
Mark Rutte	14-3-	Rutte deelt uit, Geert Wilders incasseert	AD/Algemeen Dagblad,

	2017	Nieuwsdienst; Blz. 8, 442 words
Mark Rutte	14-3-2017	'Er zitten behoorlijke littekens op mijn gezicht'
Mark Rutte	14-3-2017	Getergde Erdogan: 'Ik ben niet de baas'
Mark Rutte	14-3-2017	VVD ruikt zege
Mark Rutte	14-3-2017	Premierskaart troef in tv-debat
Mark Rutte	14-3-2017	BRIEVEN
Mark Rutte	14-3-2017	Erdogan profiteert
Mark Rutte	14-3-2017	Wilders de grootste? Nou en?
Mark Rutte	14-3-2017	Normaal betekent niet gewoon. Ik wil geen gewoon land'
Mark Rutte	14-3-2017	Affaire-Turkije geeft Rutte nieuw 'pleur o-moment'
Mark Rutte	14-3-2017	Onder progressieven
Mark Rutte	14-3-2017	Confrontatie met veel rituele trekken
Mark Rutte	14-3-2017	Schijnvertoning
Mark Rutte	14-3-2017	Linkse Turkse Nederlanders kiezen na Erdogan-rel voor Rutte of Wilders
Mark Rutte	14-3-2017	Europese partners steunen Nederland in rel met Turkije
Mark Rutte	14-3-2017	Haagse eensgezindheid over Turkije verleden tijd
Mark Rutte	14-3-2017	Televisie
Mark Rutte	14-3-2017	Rutte wint op punten
Mark Rutte	14-3-2017	De lijsttrekker in het wild bewaakt altijd zijn imago
Mark Rutte	14-3-2017	Slotdebat De enige keer Rutte vs. Wilders
Mark Rutte	14-3-2017	Conflict tussen EU en Turkije dreigt
Mark Rutte	14-3-2017	Nederland onder premier...
Mark Rutte	14-3-2017	'In 2016 grootste daling werkloosheid in 10 jaar'
Mark Rutte	14-3-2017	'80 procent van de Turken levert een positieve bijdrage, 20 procent voelt zich sterk

		verbonden met Turkije'	
Mark Rutte	14-3-2017	Rutte en Wilders zijn rolvast in stevig debat	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 718 words
Mark Rutte	14-3-2017	Geen tweestrijd om premierschap	Trouw, Opinie; Blz. 21, 461 words
Mark Rutte	14-3-2017	Turkije slaat wild om zich heen	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 627 words
Mark Rutte	14-3-2017	Ouderwetse' Rutte noemt zich nog altijd Nederlands-hervormd	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 169 words
Mark Rutte	14-3-2017	Ik ben als PVV-stemmer geen onmens, ik kijk verder dan de dag van morgen	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 216 words
Mark Rutte	14-3-2017	Leugenaar' vecht met 'wegloper' om kiezers	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 544 words
Martijn van Helvert	10-3-2017	Partijen willen Nederland in beweging houden, maar hoe?	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 6, 446 words
Martijn van Helvert	11-3-2017	Friese protestant Buma doet het ook in Limburg goed	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 7, 640 words
Martijn van Helvert	13-3-2017	Met de ambulance naar de kiezer	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 592 words
Martin Bosma	1-3-2017	Iedereen de zweep, behalve de banken	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 478 words
Martin Bosma	2-3-2017	De gezichten van het team-Wilders	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 1431 words
Martin Bosma	3-3-2017	Landjepik: de Europese doos van Pandora zit barstensvol	NRC Handelsblad, Buitenland; Blz. 14, 631 words
Martin Bosma	4-3-2017	Hoe Wilders de media bespeelt	de Volkskrant, Vonk; Blz. 6, 7, 1961 words
Martin Bosma	6-3-2017	Sanne Wallis de Vries schiet alle kanten op	AD/Algemeen Dagblad, Showbuzz; Blz. 23, 403 words
Martin Bosma	6-3-2017	Lekker gek met veel flair	De Telegraaf, CULTUUR; Blz. 022, 437 words
Martin Bosma	7-3-2017	Puzzel	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 493 words
Martin Bosma	9-3-2017	Sanne Wallis de Vries vraagt Wilders waar het pijn doet	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 4, 1251 words
Martin Bosma	11-3-2017	Samen tegen de euro, maar o zo verdeeld	de Volkskrant, Economie; Blz. 28, 29, 739 words
Martin Bosma	11-3-2017	PVV-Chic	de Volkskrant, Magazine Rubrieken; Blz. 81, 479 words
Martin Bosma	14-3-2017	Intolerante hoogopgeleiden	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 10, 565 words
Martin van Rooijen	2-3-2017		NRC Handelsblad
Martin Wörsdörfer	2-3-2017		
Maurits von Martels			
Michel Rog	1-3-2017	Kleuterleraar wil aparte les	De Telegraaf, BINNENLAND;

			Blz. 004, 163 words
Michel Rog	8-3-2017	We hebben altijd Michel Rog nog	Trouw, Onderwijs en Opvoeding; Blz. 9, 446 words
Michel Rog	9-3-2017	lezersreacties	Trouw, Opinie; Blz. 25, 481 words
Michiel van Nispenn	2-3-2017		De Volkskrant
Mona Keijzer	28-2-2017	Geachte redactie	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 24, 638 words
Mona Keijzer	2-3-2017	Ontbijt-tv WNL licht en echt niet rechts	NRC Handelsblad, Media; Blz. 20, 526 words
Mona Keijzer	2-3-2017	Compliment voor Keijzer, die loskomt van 'soort truttigheid'	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 162 words
Mona Keijzer	3-3-2017	Lezersbrieven	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 20, 1030 words
Mona Keijzer	6-3-2017	Lik op stuk voor geweldpredikers	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 890 words
Mona Keijzer	6-3-2017	Vraag het Mona	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 020, 255 words
Mona Keijzer	6-3-2017	RTV Selectie	de Volkskrant, V RTV; Blz. 8, 9, 273 words
Mona Keijzer	6-3-2017	informatief Danny zoekt stemmers NPO 3, 22.15-22.30u.	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 181 words
Mona Keijzer	6-3-2017	'Exclusief' Lijsttrekkers zijn een dag hoofdredacteur Telegraaf	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 129 words
Mona Keijzer	7-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 1132 words
Mona Keijzer	7-3-2017	Libelle-debat Arib debatteert selectief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 93 words
Mona Keijzer	8-3-2017	['Internationaal gezien is er op het gebied van vro...]*	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 25, 815 words
Mona Keijzer	8-3-2017	We hebben altijd Michel Rog nog	Trouw, Onderwijs en Opvoeding; Blz. 9, 446 words
Mona Keijzer	10-3-2017	De campagne van de SGP straalt liefde uit, terwijl anderen elkaar graag afmaken	Trouw, Binnenland; Blz. 6, 574 words
Mona Keijzer	13-3-2017	Ook bij runners-up klinkt Turkije-rel door	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 13, 687 words
Mustafa Amhaouch	28-2-2017	Opeens zwart	de Volkskrant, V Opening; Blz. 10, 11, 1116 words
Mustafa Amhaouch	7-3-2017	Puzzel	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 493 words
Mustafa Amhaouch	7-3-2017	Geen last van Geert	de Volkskrant, V Opening; Blz. 8, 9, 998 words
Mustafa Amhaouch	8-3-2017	Hierom stemmen we	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 14, 3048 words
Mustafa Amhaouch	14-3-2017	Bestaat er echt een partij voor dieren?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 469 words
Nevin Özütok	10-3-2017		NRC Handelsblad

Nine Kooiman		
Ockje Tellegen		
Paul van Meenen		
Peter Kwint 7-3-2017		De Telegraaf
Pia Dijkstra 2-3-2017	Plots is er weer wat geestdrift voor de Spelen in het land	de Volkskrant, Sport; Blz. 32, 33, 713 words
Pia Dijkstra 2-3-2017	Verbinden in tijden van populisme	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1571 words
Pia Dijkstra 4-3-2017	Ophef na uitspraken Pechtold over 'voltooid leven' onder de 75 jaar	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 376 words
Pia Dijkstra 6-3-2017	'Anders is óók normaal'	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 024, 478 words
Pia Dijkstra 11-3-2017		NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 506 words
Pia Dijkstra 13-3-2017	Wie is hier nou gek?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 1526 words
Pieter Duisenberg 2-3-2017	Hoger onderwijs experimenteert met flexstuderden: betalen per studiepunt	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 241 words
Pieter Duisenberg 8-3-2017	Wiegel proost op VVD-campagne	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 013, 487 words
Pieter Duisenberg 13-3-2017	Met de ambulance naar de kiezer	Trouw, VANDAAG; Blz. 7, 592 words
Pieter Heerma		
Pieter Omtzigt 1-3-2017	Wiebes waarschuwt aangiftesjoemelaars	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 004, 623 words
Pieter Omtzigt 1-3-2017	Overnames twistpunt	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 021, 480 words
Pieter Omtzigt 1-3-2017	'Nederland uit de euro' zegt buitenlandse pers, maar Nederland zelf weet van niks	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 325 words
Pieter Omtzigt 8-3-2017	Aasgieren	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 022, 431 words
Pieter Omtzigt 8-3-2017	We hebben altijd Michel Rog nog	Trouw, Onderwijs en Opvoeding; Blz. 9, 446 words
Pieter Omtzigt 9-3-2017	EU-info te vaak geheim	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 5, 253 words
Pieter Omtzigt 9-3-2017	Overnamegerucht Akzo	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 021, 710 words
Pieter Omtzigt 10-3-2017	Is het oranjegevoel van de politici niet hypocriet?	de Volkskrant, Economie; Blz. 35, 468 words
Pieter Omtzigt 11-3-2017	Het ongemak zit in de regio'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 17, 754 words
Pieter Omtzigt 11-3-2017	Geen politieke helden	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 21, 895 words
Pieter Omtzigt 11-3-2017	Houterige Buma is held in campagne aan het worden	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 554 words
Pieter Omtzigt 11-3-2017	Stemadviezen van een leraar, een moeder, een Groninger	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 10, 1254 words

Pieter Omtzigt	11-3-2017	CDA wil wet tegen campagne autocraat	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 441 words
Pieter Omtzigt	13-3-2017	Hyena's	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 19, 759 words
Pieter Omtzigt	13-3-2017	Met de ambulance naar de kiezer	Trouw, VAndaag; Blz. 7, 592 words
Raymond de Roon			
Raymond Knops			
Remco Dijkstra	1-3-2017	VVD schrappt groene zin na kritiek	Trouw, News, 665 words
René Peters	4-3-2017	De Denker wilde vroeger filosoof worden	Trouw, Letter en Geest; Blz. 10, 11, 12, 13, 2182 words
René Peters	9-3-2017	Alles op alles voor bastion Brabant	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1467 words
Rens Raemakers	14-3-2017	Het Zuiden kijkt weer naar het CDA	Trouw, News, 1531 words
Rense Leijten	28-2-2017	Geachte redactie	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 24, 638 words
Rense Leijten	1-3-2017	Overnames twistpunt	De Telegraaf, FINANCIËEL; Blz. 021, 480 words
Rense Leijten	2-3-2017	Compliment voor Keijzer, die loskomt van 'soort truttigheid'	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 162 words
Rense Leijten	3-3-2017	Op jacht naar de thuisblijvers	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1633 words
Rense Leijten	4-3-2017	Terug naar Nederland zoals het nooit was	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 10, 11, 8, 9, 2118 words
Rense Leijten	4-3-2017	Eijsink als minister, Leijten begeeft zich op nieuw terrein	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 172 words
Rense Leijten	6-3-2017	Lik op stuk voor geweldpredikers	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 890 words
Rense Leijten	6-3-2017	Vier vrouwen, vier vragen	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 017, 767 words
Rense Leijten	7-3-2017	Libelle-debat Arib debatteert selectief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 93 words
Rense Leijten	8-3-2017	Verdien je iets meer, dan is zorg peperduur	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 7, 251 words
Rense Leijten	8-3-2017	['Internationaal gezien is er op het gebied van vro...]*	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 25, 815 words
Rense Leijten	8-3-2017	Het echte zorgdebat is in het land, niet op radio en tv	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 640 words
Rense Leijten	8-3-2017	Als een man de beste is, wordt die het	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 165 words
Rense Leijten	13-3-2017	Ook bij runners-up klinkt Turkije-rel door	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 13, 687 words
Rik Grashoff	9-3-2017	De man achter Jesse Klavers onemanshow	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1450 words
Rik Grashoff	14-3-2017	Zelfs de SP heeft geen trek in wonen	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 4, 907 words

Rob Jetten			
Roelof Bisschop			
Ronald van Raak	8-3-2017	[Ronald van Raak, SP-Kamerlid, pleit in het radiopr...]*	de Volkskrant, Economie; Blz. 31, 50 words
Ronald van Raak	13-3-2017	Een AIVD'er op de werkvloer	NRC Handelsblad, Onderzoek; Blz. 12, 655 words
Ronald van Raak	13-3-2017	AIVD'er gedetacheerd bij Huis voor Klokkenluiders	NRC Handelsblad, Onderzoek; Blz. 2, 502 words
Roy van Aalst			
Sadet Karabulut	3-3-2017	Op jacht naar de thuisblijvers	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1633 words
Sadet Karabulut	6-3-2017	Vier vrouwen, vier vragen	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 017, 767 words
Sadet Karabulut	8-3-2017	Als een man de beste is, wordt die het	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 165 words
Sadet Karabulut	11-3-2017	Stemadviezen van een leraar, een moeder, een Groninger	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 10, 1254 words
Sadet Karabulut	13-3-2017	Hoe onmachtige diplomatie in nachtelijke rellen eindigt	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 1697 words
Salima Belhaj	10-3-2017		NRC Handelsblad
Sander Dekker	28-2-2017	Onderwijs De rekentoets wordt vervangen	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 9, 110 words
Sander Dekker	3-3-2017	Facebook jaagt op nepnieuws	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 15, 115 words
Sander Dekker	10-3-2017	No Headline In Original	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 1, 15 words
Sander Dekker	10-3-2017	'Ik kan een aardig potje neerzetten'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 321 words
Sander Dekker	11-3-2017	Altijd onder vuur	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 008, 2169 words
Sander Dekker	11-3-2017	Altijd onder vuur	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 010, 2169 words
Sander Dekker	11-3-2017	Altijd onder vuur	De Telegraaf, LIFESTYLE; Blz. 012, 2169 words
Sander Dekker	11-3-2017	Asielkind verdient onderwijs op niveau	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 16, 779 words
Sander Dekker	14-3-2017	Onderwijs: gouden tijden lijken op komst	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 17, 720 words
Sandra Beckerman	3-3-2017	Op jacht naar de thuisblijvers	Trouw, De Verdieping; Blz. 4, 5, 1633 words
Sandra Beckerman	6-3-2017	Vier vrouwen, vier vragen	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 017, 767 words
Selçuk Öztürk	28-2-2017	GGZ Friesland stopt met de merknaam Denk vanwege verwarring met de partij	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 297 words
Selçuk Öztürk	28-2-2017	GGZ Friesland stopt met naam 'Denk'	Trouw, Nederland; Blz. 9, 94 words
Selçuk	2-3-2017	Arib haalt uit naar werkwijze Denk	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 83

Öztürk		words
Selçuk Öztürk	4-3-2017	Hoe de Haagse binnenwereld praat over de vreemdste campagne ooit NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 17, 1305 words
Selçuk Öztürk	8-3-2017	Hierom stemmen we de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 14, 3048 words
Selçuk Öztürk	8-3-2017	Rutte: inreisverbod voor ministers uit moslimlanden waarvan Ankara hoofdstad is de Volkskrant, V DIDU; Blz. 20, 271 words
Selçuk Öztürk	10-3- 2017	De Kamerzetel is niet van de partij NRC Handelsblad, Boeken; Blz. 10, 704 words
Sharon Dijksma	28-2- 2017	Asscher wordt pas laat wakker De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 223 words
Sharon Dijksma	28-2- 2017	Nederland wil Europese kopgroep voor klimaat de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 1, 768 words
Sharon Dijksma	1-3-2017	Flitsen AD/Algemeen Dagblad, Economie; Blz. 18, 83 words
Sharon Dijksma	1-3-2017	Hoog te paard de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 23, 383 words
Sharon Dijksma	1-3-2017	Europees CO2-akkoord na verhitte gesprekken de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 11, 208 words
Sharon Dijksma	1-3-2017	Voor Asscher dringt de tijd NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 877 words
Sharon Dijksma	1-3-2017	EU wankel voorwaarts bij herziening emissies Trouw, Vandaag; Blz. 7, 632 words
Sharon Dijksma	3-3-2017	PvdA wil Tichelaar vergeten De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 008, 188 words
Sharon Dijksma	3-3-2017	Op de koffie bij de PvdA: geen vragen over de commissaris Trouw, Vandaag; Blz. 4, 166 words
Sharon Dijksma	6-3-2017	Wilders: 'Meer chocoladeletters' De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 989 words
Sharon Dijksma	7-3-2017	Eetpatroon verandert niet door iets duurder vlees' AD/Algemeen Dagblad, Economie; Blz. 16, 17, 1071 words
Sharon Dijksma	8-3-2017	Campagne die over de campagne gaat de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 689 words
Sharon Dijksma	9-3-2017	Campagnecrisis de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 580 words
Sharon Dijksma	9-3-2017	Vrouwendag werd (bijna) niet gevierd NRC Handelsblad, Media; Blz. 16, 546 words
Sharon Dijksma	10-3- 2017	geachte redactie de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 31, 653 words
Sharon Dijksma	10-3- 2017	De PvdA weet: deze strijd valt niet meer te winnen NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 502 words
Sharon Dijksma	10-3- 2017	We zijn niet trots genoeg op onze natuur' Trouw, Duurzaamheid en Natuur; Blz. 10, 11, 1296 words
Sharon Dijksma	11-3- 2017	Varkensboer is er wél voor Martijn van Dam AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 35, 484 words
Sharon Dijksma	11-3- 2017	Autotrein NedCar 'goed voor Limburg' De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 010, 252 words

Sharon Dijksma	11-3-2017	Drama voor Asscher te verwachten	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 835 words
Sharon Dijksma	11-3-2017	Laatste omhelzing voor lievelingskoe	De Telegraaf, REPORTAGE; Blz. 028, 1476 words
Sharon Dijksma	11-3-2017	PvdA: 'We gaan het net zo doen als Barcelona'	de Volkskrant, Sport; Blz. 43, 425 words
Sharon Dijksma	11-3-2017	Gamechanger	de Volkskrant, Vonk; Blz. 15, 530 words
Sharon Dijksma	13-3-2017	Openbaar vervoer Ov-weekkaart voor studenten wellicht al op zondag	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 12, 105 words
Sietse Fritsma	2-3-2017	De gezichten van het team-Wilders	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 1431 words
Sietse Fritsma	11-3-2017	De stille kracht achter wilders	de Volkskrant, Vonk; Blz. 10, 2863 words
Sjoerd Sjoerdsma	4-3-2017	Slecht idee: Trump vleien met aankoop van wapens'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 13, 486 words
Sjoerd Sjoerdsma	7-3-2017	Debatleider is de sjaak	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 788 words
Sophie Hermans	14-3-2017	'Normaal betekent niet gewoon. Ik wil geen gewoon land'	de Volkskrant
Steven van Weyenberg			
Stientje van Veldhoven	2-3-2017	Verbinden in tijden van populisme	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1571 words
Stientje van Veldhoven	2-3-2017	Compliment voor Keijzer, die loskomt van 'soort truttegheid'	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 162 words
Stientje van Veldhoven	6-3-2017	Lik op stuk voor geweldpredikers	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 007, 890 words
Stientje van Veldhoven	6-3-2017	In zo'n D66-jasje ben je opeens heel zichtbaar	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 707 words
Stientje van Veldhoven	7-3-2017	Libelle-debat Arib debatteert selectief	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 93 words
Stientje van Veldhoven	8-3-2017	['Internationaal gezien is er op het gebied van vro...]*	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 25, 815 words
Stientje van Veldhoven	13-3-2017	Ook bij runners-up klinkt Turkije-rel door	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 13, 687 words
Suzanne Kröger			
Sven Koopmans			
Sybrand van Haersma Buma	28-2-2017	Verliezer	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 499 words
Sybrand van Haersma Buma	28-2-2017	Jonker op Duitse toer	De Telegraaf, SPORT; Blz. 004, 701 words
Sybrand van Haersma Buma	28-2-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 1120 words
Sybrand van	28-2-	Campagne met Klaver	de Volkskrant, Opinie en

Haersma Buma	2017		Debat; Blz. 21, 142 words
Sybrand van Haersma Buma	28-2- 2017	Wie waren de nee-schudders achter Buma op de tribune?	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 466 words
Sybrand van Haersma Buma	28-2- 2017	Het verkiezingsdebat dat niemand zich zal heugen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 640 words
Sybrand van Haersma Buma	28-2- 2017	En meteen is daar de tweet: #waarwasBuma	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 1030 words
Sybrand van Haersma Buma	28-2- 2017	Welke lijsttrekker heeft zich in het RTL-debat het beste gepresenteerd als potentiële premier?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 570 words
Sybrand van Haersma Buma	28-2- 2017	RTL erkent: uitzenden VVD-spotje na CDA- spotje was fout	NRC Handelsblad, Media; Blz. 4, 486 words
Sybrand van Haersma Buma	28-2- 2017	Voetbal Andries Jonker nieuwe coach bij VfL Wolfsburg	NRC Handelsblad, Sport; Blz. 10, 206 words
Sybrand van Haersma Buma	28-2- 2017	Andries Jonker moet Wolfsburg redden	Trouw, Sport; Blz. 16, 99 words
Sybrand van Haersma Buma	28-2- 2017	RTL biedt CDA excuses aan na VVD-volgspot	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 164 words
Sybrand van Haersma Buma	28-2- 2017	Bij vrijwel alle politieke partijen staat Defensie weer in de gunst	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 637 words
Sybrand van Haersma Buma	1-3-2017	'Sybrand wordt premier'	De Telegraaf, JOURNAAL; Blz. 020, 518 words
Sybrand van Haersma Buma	1-3-2017	BRIEVEN	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 1135 words
Sybrand van Haersma Buma	1-3-2017	cijfer van de dag	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 105 words
Sybrand van Haersma Buma	1-3-2017	Wat mij verbaast is het stuurloze CDA	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 642 words
Sybrand van Haersma Buma	2-3-2017	Olie verversen moet altijd, net als bij de auto'	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 9, 537 words
Sybrand van Haersma Buma	2-3-2017	Bumor	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 23, 703 words
Sybrand van Haersma Buma	2-3-2017	De lijsttrekkers hollen zich gek	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 9, 938 words
Sybrand van	2-3-2017	Buma expres vaag over recht op verblijf	NRC Handelsblad, Opinie; Blz.

Haersma Buma	vluchteling	18, 815 words
Sybrand van Haersma Buma 3-3-2017	CDA (40 seconden)	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 11, 80 words
Sybrand van Haersma Buma 3-3-2017	Quote van de dag	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 20, 22 words
Sybrand van Haersma Buma 3-3-2017	Staat van Oranje	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 4, 162 words
Sybrand van Haersma Buma 3-3-2017	Overuren voor verkiezingskrant	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 424 words
Sybrand van Haersma Buma 3-3-2017	Kroonjuweel Buma	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 21, 140 words
Sybrand van Haersma Buma 3-3-2017	Harde campagne Wedstrijdjes uithalen naar de tegenstander	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 144 words
Sybrand van Haersma Buma 3-3-2017	Rutte wil vragen over Wilders, niet over Buma	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 533 words
Sybrand van Haersma Buma 3-3-2017	Filmpjes	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 416 words
Sybrand van Haersma Buma 3-3-2017	De kiezer wil controle: de grens is terug	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 1770 words
Sybrand van Haersma Buma 3-3-2017	Coalitie richt alle pijlen op 'vakantievierder' Buma	Trouw, Vandaag; Blz. 3, 529 words
Sybrand van Haersma Buma 4-3-2017	Rutte en Asscher zijn in paniek'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 966 words
Sybrand van Haersma Buma 4-3-2017	Asscher: Buma misleidt kiezers ergernis	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 9, 140 words
Sybrand van Haersma Buma 4-3-2017	Rutte duimt voor boer Herman	AD/Algemeen Dagblad, Showbuzz; Blz. 43, 666 words
Sybrand van Haersma Buma 4-3-2017	Staan voor Wilhelmus	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 001, 140 words
Sybrand van Haersma Buma 4-3-2017	Niks mis met 'ouderwets'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 1309 words
Sybrand van Haersma Buma 4-3-2017	De richtingloosheid regeert	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 815 words
Sybrand van 4-3-2017	Hartstikke goed dat Klaver volle zalen trekt	NRC Handelsblad, Den Haag;

Haersma Buma			Blz. 10, 1710 words
Sybrand van Haersma Buma	4-3-2017	Christelijke partijen: D66 gaat te ver met 'voltooid leven'	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 226 words
Sybrand van Haersma Buma	4-3-2017	Waar blijft het pittige debat over Europa?	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 2, 644 words
Sybrand van Haersma Buma	4-3-2017	Waar blijft het pittige debat over Europa?	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 2, 644 words
Sybrand van Haersma Buma	4-3-2017	Minister	NRC Handelsblad, Sport; Blz. 30, 564 words
Sybrand van Haersma Buma	4-3-2017	Warhoofdje	Trouw, Letter en Geest; Blz. 2, 521 words
Sybrand van Haersma Buma	4-3-2017	Krijg je als politicus ineens een slang om je nek gedrapeerd	Trouw, Service; Blz. 22, 378 words
Sybrand van Haersma Buma	4-3-2017	Kieskompas: Rutte blijft favoriet als premier	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 568 words
Sybrand van Haersma Buma	4-3-2017	Marianne Thieme krijgt in Carrédebat haar gouden kans	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 5, 881 words
Sybrand van Haersma Buma	4-3-2017	Ophef na uitspraken Pechtold over 'voltooid leven' onder de 75 jaar	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 376 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	[Lijsttrekkers (vlnr) Jesse Klaver (GroenLinks), Em...]*	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 3, 53 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Bruma mogelijk lang buiten spel	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 12, 90 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Wilders: 'Meer chocoladeletters'	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 002, 989 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Gelukkig	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 005, 498 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Mogelijk ernstige blessure Bruma	De Telegraaf, SPORT; Blz. 012, 147 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Zes lijsttrekkers voor één dag hoofdredacteur	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 001, 42 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Zingen met Sybrand	De Telegraaf, VERKIEZINGEN; Blz. 019, 122 words
Sybrand van	6-3-2017	Buma breekt door	De Telegraaf, VERKIEZINGEN;

Haersma Buma		Blz. 019, 487 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Een koning stemt nu eenmaal niet, zelfs niet op de Niet Stemmers de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 403 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Hoepels de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 556 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Rutte moet toekijken hoe Buma naar rechts lonkt de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 808 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Altijd positief nieuws in je eigen partijkrant de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 689 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Zing ook het Wilhelmus NRC Handelsblad, Achterpagina; Blz. 20, 533 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	informatief Droomhuis gezocht NPO 1, 21.20-22.10u NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 87 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Politieke podcast NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 34 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Verplichting Wilhelmus leren, dat wilde PVV al NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 6, 88 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	'90 procent vindt verval van normen het grootste probleem van nu' NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 239 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Buma zoekt positie op rechts, Asscher vooral in defensief NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 929 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank NRC Handelsblad, Media; Blz. 4, 576 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	De stem van Nassouwe Trouw, De Verdieping; Blz. 16, 519 words
Sybrand van Haersma Buma	6-3-2017	Een eigen plan is beter dan het plan van een ander steunen Trouw, Vandaag; Blz. 7, 159 words
Sybrand van Haersma Buma	7-3-2017	Diana wuift kritiek weg AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 478 words
Sybrand van Haersma Buma	7-3-2017	debat lijsttrekkers AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 22, 611 words
Sybrand van Haersma Buma	7-3-2017	Blind moet ook Bruma missen AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 4, 120 words
Sybrand van	7-3-2017	Russische omhelzing De Telegraaf, JOURNAAL; Blz.

Haersma Buma			020, 463 words
Sybrand van Haersma Buma	7-3-2017	Blessure Bruma is een domper voor Blind	De Telegraaf, SPORT; Blz. 005, 119 words
Sybrand van Haersma Buma	7-3-2017	Respect moet je kinderen leren	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 133 words
Sybrand van Haersma Buma	7-3-2017	'Ze beloven gouden bergen'	De Telegraaf, WATUZEGT; Blz. 016, 562 words
Sybrand van Haersma Buma	7-3-2017	Herboren Henk Krol oogst alom lof voor optreden in RTL-debat	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 339 words
Sybrand van Haersma Buma	7-3-2017	Sushi	de Volkskrant, V Opening; Blz. 2, 576 words
Sybrand van Haersma Buma	7-3-2017	Over de vlag klagen we zelden	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 960 words
Sybrand van Haersma Buma	7-3-2017	Verwacht u dat Wilders voordeel of nadeel zal ondervinden van zijn afwezigheid in beide RTL-debatten?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 563 words
Sybrand van Haersma Buma	7-3-2017	Lijsttrekkers op de pijnbank	NRC Handelsblad, Media; Blz. 8, 578 words
Sybrand van Haersma Buma	7-3-2017	Ik geef een verhaal over vergeving	Trouw, Cultuur en Media; Blz. 15, 718 words
Sybrand van Haersma Buma	7-3-2017	VVD in laatste week op jacht naar de 'premierbonus'	Trouw, Nederland; Blz. 7, 652 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Hoe ging dat bij kleine Sybrand op school?	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 23, 114 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Kent hij de tekst wel?	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 23, 180 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	[Sybrand Buma wil dat op scholen het Wilhelmus word...]*	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 23, 4 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Plots is het puzzelen achterin	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 2, 3, 822 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Asscher belandt in Hofvijver	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 004, 332 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Rel Rutte lijkt opzetje	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 004, 475 words
Sybrand van	8-3-2017	geachte redactie	de Volkskrant, Opinie en

Haersma Buma		Debat; Blz. 26, 673 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Torentje Prik voor het Jeugdjournaal de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 456 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Reageer maar eens op deze boze burger de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 4, 5, 895 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Buma voert de spotjesoorlog op de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 192 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Wat is waar? de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 491 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Stem op mij de Volkskrant, V Opening; Blz. 4, 5, 6, 7, 3136 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	'Als ik premier ben, zal het niet foutloos gaan' NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 1569 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Jeugd-journaal Aardig voor elkaar NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 188 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	De campagne van burgers vs. politici NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 796 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Zelfs in Praag wil iedereen weten: gaat Wilders winnen? Trouw, De Verdieping; Blz. 7, 552 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Iezersreacties Trouw, Opinie; Blz. 25, 499 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Alsof Nederland een eiland is Trouw, Opinie; Blz. 25, 581 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Niet politici maar kiezers zorgen voor het debat Trouw, Vandaag; Blz. 6, 673 words
Sybrand van Haersma Buma	8-3-2017	Kwartetten met de lijsttrekkers Trouw, Vandaag; Blz. 7, 608 words
Sybrand van Haersma Buma	9-3-2017	Politiek overdrijft de verhuftering' AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 7, 457 words
Sybrand van Haersma Buma	9-3-2017	Met de tong op de schoenen naar de finish AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 662 words
Sybrand van Haersma Buma	9-3-2017	Buma lonkt ten onrechte naar dienstplicht Zweden AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 27, 478 words
Sybrand van	9-3-2017	Beloning voor Toornstra en Hoedt De Telegraaf, SPORT; Blz.

Haersma Buma			003, 485 words
Sybrand van Haersma Buma	9-3-2017	geachte redactie	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 26, 663 words
Sybrand van Haersma Buma	9-3-2017	Blind neemt Hoedt op in voorselectie Oranje	de Volkskrant, Sport; Blz. 34, 133 words
Sybrand van Haersma Buma	9-3-2017	Den Haag worstelt met bezoek Turkse minister	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 1, 522 words
Sybrand van Haersma Buma	9-3-2017	Spuit elf	NRC Handelsblad, Achterpagina; Blz. 20, 549 words
Sybrand van Haersma Buma	9-3-2017	Het Nederland dat de wereld amper ziet	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 452 words
Sybrand van Haersma Buma	9-3-2017	Alles op alles voor bastion Brabant	Trouw, De Verdieping; Blz. 6, 7, 1467 words
Sybrand van Haersma Buma	9-3-2017	Sneijder nog niet fit, Hoedt maakt kans op eerste cap	Trouw, Sport; Blz. 21, 254 words
Sybrand van Haersma Buma	9-3-2017	Campagne biedt ruimte aan uitdagers	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 655 words
Sybrand van Haersma Buma	10-3- 2017	Geef de sleutels van het Torentje maar aan mij'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 1386 words
Sybrand van Haersma Buma	10-3- 2017	Staat van Oranje	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 6, 187 words
Sybrand van Haersma Buma	10-3- 2017	Midlifehigh	de Volkskrant, V Opening; Blz. 18, 19, 1492 words
Sybrand van Haersma Buma	10-3- 2017	De PvdA weet: deze strijd valt niet meer te winnen	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 10, 502 words
Sybrand van Haersma Buma	10-3- 2017	De tijd van soepele overname is voorbij	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 1, 752 words
Sybrand van Haersma Buma	10-3- 2017	De tijd van soepele overnames is voorbij	NRC Handelsblad, Economie; Blz. 2, 749 words
Sybrand van Haersma Buma	10-3- 2017	Zwaarbewapende politieagenten bij christelijk debat Ede	Trouw, Binnenland; Blz. 6, 138 words
Sybrand van Haersma Buma	10-3- 2017	Nederland is niet meer schattig. En ik ook niet.	Trouw, De Verdieping; Blz. 2, 3, 1813 words
Sybrand van	10-3-	Met de term joods-christelijk wordt ten	Trouw, Opinie; Blz. 21, 587

Haersma Buma	2017	onrechte goede sier gemaakt	words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Jesse Klaver is tofu'	AD/Algemeen Dagblad, Magazine; Blz. 42, 440 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	CDA	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 63 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	De misrekening van Mark Rutte	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 870 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Als lijsttrekker kun je maar beter voor Feyenoord zijn	AD/Algemeen Dagblad, Sportwereld; Blz. 8, 9, 1206 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Drama voor Asscher te verwachten	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 011, 835 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Maar kunnen ze ook schrijven?	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 16, 17, 18, 19, 1985 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Nieuw Peil	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 40, 41, 42, 43, 1636 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	TV-tips	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 71, 375 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Op weg naar een lange formatie	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 662 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Zijn het z'n ogen of z'n kaken?	de Volkskrant, Vonk; Blz. 14, 15, 1943 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Gamechanger	de Volkskrant, Vonk; Blz. 15, 530 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Levelen	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 34, 392 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Tot een tweestrijd met Wilders is het nog niet gekomen	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 525 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Houterige Buma is held in campagne aan het worden	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 554 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Hoe de campagne uitliep op klein bedrog en groot geheugenverlies	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 1656 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Buma wint het van Rutte	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 2, 787 words
Sybrand van	11-3-	Milieudebatje	Trouw, Letter en Geest; Blz.

Haersma Buma	2017		2, 544 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Boemerang	Trouw, Letter en Geest; Blz. 9, 257 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Middenkabinet met vier of vijf, dat wordt het	Trouw, Opinie; Blz. 28, 29, 725 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Buma raakt gevoelige snaar	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 216 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	De stem van Dries van Agt gaat dit keer niet naar het CDA	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 7, 181 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Friese protestant Buma doet het ook in Limburg goed	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 7, 640 words
Sybrand van Haersma Buma	11-3- 2017	Kiezers van PvdA en VVD nog op drift	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 760 words
Sybrand van Haersma Buma	13-3- 2017	Wat geeft straks de doorslag?	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 16, 77 words
Sybrand van Haersma Buma	13-3- 2017	Uitkijken naar nieuwe peiling	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 003, 305 words
Sybrand van Haersma Buma	13-3- 2017	Buiten zitten in de regen	De Telegraaf, RADIOTV; Blz. 026, 49 words
Sybrand van Haersma Buma	13-3- 2017	Politieke uitkomst: de eer voor Rutte en de pijn voor Asscher?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 440 words
Sybrand van Haersma Buma	13-3- 2017	Politiek is niet: romantisch de hele dag nieuwe dingen doen	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 6, 1789 words
Sybrand van Haersma Buma	13-3- 2017	Fascisten gezin	NRC Handelsblad, Twee; Blz. 2, 439 words
Sybrand van Haersma Buma	13-3- 2017	Turkse provocatie niet te tolereren	Trouw, Opinie; Blz. 20, 472 words
Sybrand van Haersma Buma	14-3- 2017	Ook De Vrij geblesseerd	De Telegraaf, SPORT; Blz. 002, 98 words
Sybrand van Haersma Buma	14-3- 2017	Affaire-Turkije geeft Rutte nieuw 'pleur op- moment'	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 399 words
Sybrand van Haersma Buma	14-3- 2017	Schijnvertoning	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 560 words
Sybrand van	14-3-	Haagse eensgezindheid over Turkije verleden	de Volkskrant, Ten Eerste;

Haersma Buma	2017	tijd	Blz. 8, 9, 934 words
Sybrand van Haersma Buma	14-3- 2017	De lijsttrekker in het wild bewaakt altijd zijn imago	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 10, 1741 words
Sybrand van Haersma Buma	14-3- 2017	Het hele scenario was vorige week al bekend	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 459 words
Sybrand van Haersma Buma	14-3- 2017	Slotdebat De enige keer Rutte vs. Wilders	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 92 words
Sybrand van Haersma Buma	14-3- 2017	Inburgeringsplicht voor Turken nog ver weg	NRC Handelsblad, Buitenland; Blz. 12, 486 words
Sybrand van Haersma Buma	14-3- 2017	Nederland onder premier...	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 2, 926 words
Sybrand van Haersma Buma	14-3- 2017	Vergis je niet: de multiculturele samenleving is juist wel gelukt	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 22, 987 words
Sybrand van Haersma Buma	14-3- 2017	Nederland kan niet in zijn eentje het associatieverdrag opzeggen	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 346 words
Sybrand van Haersma Buma	14-3- 2017	Turkse organisaties roepen op tot kalmte na gesprek Asscher	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 405 words
Tamara van Ark			
Teun van Dijck			
Theo Hiddema	4-3-2017	partijtje knappe koppen	de Volkskrant, Magazine Rubrieken; Blz. 63, 450 words
Theo Hiddema	8-3-2017	Stem op mij	de Volkskrant, V Opening; Blz. 4, 5, 6, 7, 3136 words
Theo Hiddema	10-3- 2017	Ten strijde tegen het partijkartel	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 896 words
Thierry Baudet	1-3-2017	Baudet mag niet meedoen	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 7, 37 words
Thierry Baudet	1-3-2017	No Headline In Original	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 8, 22 words
Thierry Baudet	1-3-2017	Weer iets doms	NRC Handelsblad, Cultuur; Blz. 2, 418 words
Thierry Baudet	1-3-2017	'Nederland uit de euro' zegt buitenlandse pers, maar Nederland zelf weet van niets	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 8, 325 words
Thierry Baudet	1-3-2017	NOS hoeft Baudet niet uit te nodigen voor debat	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 98 words
Thierry Baudet	3-3-2017	Pauw & Jinek bewijzen: als rechtse politicus ben je in Nederland de lul'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 10, 11, 621 words
Thierry Baudet	4-3-2017	partijtje knappe koppen	de Volkskrant, Magazine Rubrieken; Blz. 63, 450 words

Thierry Baudet	4-3-2017	Signalementen	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 37, 734 words
Thierry Baudet	4-3-2017	Onmogelijke vragen	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 34, 551 words
Thierry Baudet	4-3-2017	Christendom is meer dan paasei	Trouw, Opinie; Blz. 24, 459 words
Thierry Baudet	4-3-2017	Een liefdeloze politiek past niet bij een christen'	Trouw, Religie en Filosofie; Blz. 10, 11, 1517 words
Thierry Baudet	7-3-2017	Neppeilingen waarin de nieuwkomers scoren	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 942 words
Thierry Baudet	8-3-2017	Stem op mij	de Volkskrant, V Opening; Blz. 4, 5, 6, 7, 3136 words
Thierry Baudet	9-3-2017	Hier is Thierry, Neerlands 'belangrijkste intellectueel'	AD/Algemeen Dagblad, Nieuwsdienst; Blz. 8, 9, 500 words
Thierry Baudet	9-3-2017	Hoe het stil werd rond GeenPeil	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 925 words
Thierry Baudet	10-3-2017	Buitenlands	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 2, 563 words
Thierry Baudet	10-3-2017	Ten strijde tegen het partijkartel	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 5, 896 words
Thierry Baudet	11-3-2017	Hij is een fan van Donald Trump en geen aanwinst	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 34, 125 words
Thierry Baudet	11-3-2017	Buitenland is ver te zoeken in Nederlandse verkiezingen	de Volkskrant, Opinie en Debat; Blz. 22, 790 words
Thierry Baudet	11-3-2017	Maar kunnen ze ook schrijven?	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 16, 17, 18, 19, 1985 words
Thierry Baudet	11-3-2017	Op weg naar een lange formatie	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 3, 662 words
Thierry Baudet	11-3-2017	De stille kracht achter wilders	de Volkskrant, Vonk; Blz. 10, 2863 words
Thierry Baudet	11-3-2017	Nederland is een eurofiel land	NRC Handelsblad, Buitenland; Blz. 22, 625 words
Thierry Baudet	11-3-2017	Liefst had ik een ecodictatuur'	Trouw, Letter en Geest; Blz. 13, 417 words
Thierry Baudet	13-3-2017	Omstreden EU-subsidie voor Baudet	NRC Handelsblad, Buitenland; Blz. 8, 793 words
Thierry Baudet	13-3-2017	Verkiezingen en Turkije: wie doet echt, wie nep?	Trouw, Service; Blz. 12, 538 words
Thierry Baudet	13-3-2017	Nieuwkomers moeten knokken voor die ene zetel	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 640 words
Thierry Baudet	14-3-2017	Splinterpartij blijft positief	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 013, 1031 words
Thierry Baudet	14-3-2017	Poolse PiS-partij misbruikte EU-geld	NRC Handelsblad, Buitenland; Blz. 16, 1034 words
Tjeerd de Groot			
Tom van der	1-3-2017	Overnames twistpunt	De Telegraaf, FINANCIËEL;

Lee			Blz. 021, 480 words
Tom van der Lee	3-3-2017	Lezen tot het boek breekt	NRC Handelsblad, Boeken; Blz. 1, 1797 words
Tom van der Lee	3-3-2017	Lezen tot het boek breekt	NRC Handelsblad, Boeken; Blz. 4, 1798 words
Tom van der Lee	4-3-2017	Signalementen	de Volkskrant, Sir Edmund; Blz. 37, 734 words
Tunahan Kuzu	28-2-2017	GGZ Friesland stopt met de merknaam Denk vanwege verwarring met de partij	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 4, 297 words
Tunahan Kuzu	28-2-2017	GGZ Friesland stopt met naam 'Denk'	Trouw, Nederland; Blz. 9, 94 words
Tunahan Kuzu	1-3-2017	[Tunahan Kuzu van Denk heeft geen spijt van zijn op...]*	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 11, 63 words
Tunahan Kuzu	1-3-2017	De stekker gaat er eerder uit bij allochtone ouderen'	Trouw, Vandaag; Blz. 4, 101 words
Tunahan Kuzu	2-3-2017	Oorlog	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 27, 313 words
Tunahan Kuzu	2-3-2017	Campagnes gaan dit keer over inhoud	Trouw, Vandaag; Blz. 1, 656 words
Tunahan Kuzu	2-3-2017	Afkomst, opleiding en religie hebben invloed op relatie met arts	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 587 words
Tunahan Kuzu	2-3-2017	Arib haalt uit naar werkwijze Denk	Trouw, Vandaag; Blz. 7, 83 words
Tunahan Kuzu	3-3-2017	Lezersbrieven	AD/Algemeen Dagblad, Service; Blz. 20, 1030 words
Tunahan Kuzu	3-3-2017	column	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 17, 455 words
Tunahan Kuzu	3-3-2017	Stekker er nog niet uit	Trouw, Gezondheid en Zorg; Blz. 12, 712 words
Tunahan Kuzu	3-3-2017	Diversiteit in zorg verbetert communicatie	Trouw, Opinie; Blz. 22, 626 words
Tunahan Kuzu	3-3-2017	Nieuwsuur' blijft scherp, Jort Kelder gaat bijna vliegen	Trouw, Service; Blz. 16, 533 words
Tunahan Kuzu	4-3-2017	Zo stemmen de kinderen van 9/11	de Volkskrant, Vonk; Blz. 11, 8, 9, 2574 words
Tunahan Kuzu	4-3-2017	Gewoon	de Volkskrant, Vonk; Blz. 15, 535 words
Tunahan Kuzu	4-3-2017	Hoe de Haagse binnenwereld praat over de vreemdste campagne ooit	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 17, 1305 words
Tunahan Kuzu	4-3-2017	Kuzu's „stekker" raakt aan serieus zorgfalen	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 2, 1026 words
Tunahan Kuzu	6-3-2017	'Nederland is maar zogenaamd vrij'	NRC Handelsblad, Binnenland; Blz. 2, 517 words
Tunahan Kuzu	8-3-2017	Hierom stemmen we	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 14, 3048 words
Tunahan Kuzu	8-3-2017	Stem op mij	de Volkskrant, V Opening; Blz. 4, 5, 6, 7, 3136 words
Tunahan Kuzu	8-3-2017	Ziekte is de zwakke plek van een ouderenpartij	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 582 words

Tunahan Kuzu	10-3- 2017	De Kamerzetel is niet van de partij	NRC Handelsblad, Boeken; Blz. 10, 704 words
Tunahan Kuzu	10-3- 2017	Kijk eens weg van overheid bij levenseinde	Trouw, Gezondheid en Zorg; Blz. 12, 680 words
Tunahan Kuzu	11-3- 2017	Kom uit uw filterbubbel en praat eens met een andersdenkende	Trouw, Service; Blz. 20, 368 words
Tunahan Kuzu	13-3- 2017	Hoeders van de progressieve kroonjuwelen	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 12, 13, 1526 words
Tunahan Kuzu	13-3- 2017	Hoe onmachtige diplomatie in nachtelijke rellen eindigt	de Volkskrant, Ten Eerste; Blz. 6, 7, 1697 words
Tunahan Kuzu	13-3- 2017	Politieke uitkomst: de eer voor Rutte en de pijn voor Asscher?	NRC Handelsblad, Den Haag; Blz. 4, 440 words
Tunahan Kuzu	13-3- 2017	Welke koers gaat DENK straks varen?	Trouw, Religie en Filosofie; Blz. 6, 7, 1132 words
Tunahan Kuzu	13-3- 2017	Kabinet krijgt brede steun voor aanpak	Trouw, Vandaag; Blz. 5, 224 words
Tunahan Kuzu	13-3- 2017	Nieuwkomers moeten knokken voor die ene zetel	Trouw, Vandaag; Blz. 6, 640 words
Tunahan Kuzu	14-3- 2017	Altijd een complot	De Telegraaf, BINNENLAND; Blz. 006, 966 words
Tunahan Kuzu	14-3- 2017	Erdogans steunpilaren	Trouw, De Verdieping; Blz. 2, 3, 764 words
Tunahan Kuzu	14-3- 2017	Ik stem op Geert Wilders	Trouw, Opinie; Blz. 23, 594 words
Vera Bergkamp	13-3- 2017		De Volkskrant
Vicky Maeijer	2-3-2017		NRC Handelsblad
Wouter koolmees	2-3-2017		Trouw
Zihni Özdil	2-3-2017	Met wat haar op de tanden kom je een heel eind	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 463 words
Zihni Özdil	9-3-2017	Vuilnis prikken helpt niet	NRC Handelsblad, Opinie; Blz. 18, 445 words
Zohair El Yassini	8-3-2017	Maarten van der Weijden in Lopik	AD/Utrechts Nieuwsblad, Regio - Utrecht; Blz. 2, 73 words