

‘Met Lissone op reis!’

De betekenis van de eerste reisorganisator in het Nederlandse toerisme, 1876-1927

ANKE STEGEHUIS

‘Traveling with Lissone!’ The significance of the first tour operator in Dutch tourism, 1876-1927

Scholars have often stated that with the rise of travel agencies like that of Thomas Cook, mass tourism made its entrance in the nineteenth century. This article investigates that statement for the Netherlands based on information around its first major travel agency: Lissone & Zoon. That company, founded in 1876 and now merged into the billion dollar TUI Travel company, has made a significant contribution to the Dutch traveling culture. A first stock-taking and analysis of Lissone’s travelers, prices and destinations leads to the conclusion that, although there is to a certain extent a broadening of the traveling public, travelling with Lissone would continue to be a fairly elitist affair, till the early decades of the twentieth century.

Lissone! Voor ons, Nederlanders, klinkt die naam ongeveer als Cook voor de Engelschen. Ondanks het Fransch accent, is de naam toch puur Hollandsch, omdat hij verbonden is aan ons oudste nationale reisbureau. Eenig in ons land is Lissone niet meer; in onzen tijd van reizen en trekken zijn er naast hem vele nieuwe reisbureaux verrezen. Maar Lissone’s roem blijft het, dat hij de oudste onder hen is, de voorganger, de pionier van de gezelschapsreizen.¹

Vandaag de dag heeft de naam Thomas Cook internationaal nog altijd de betekenis die journalist en schrijver Jouke Broer Schuil in 1926 schetste voor het eerste Nederlandse reisbureau Lissone & Zoon. De naam Lissone heeft die betekenis in Nederland echter al lang en breed verloren sinds het latere reisbureau Lissone-Lindeman opging in Holland International, thans onderdeel van het internationale miljardenconcern TUI Travel. Lissone’s reisbureau, opgericht in 1876, was de eerste reisorganisator van Nederland en tot 1900 ook het enige Nederlandse reisbureau van enige betekenis. Lissone’s reisbureau – vanaf 1890 Lissone & Zoon’s reisbureau – heeft zijn pioniersrol volledig waargemaakt en een grote bijdrage geleverd aan de Nederlandse reiscultuur. Lissone veranderde de manier van reizen, nam zijn reizigers mee naar nieuwe en verdere bestemmingen, en zorgde er met de aangeboden gezelschapsreizen voor dat het voor

1 J.B. Schuil, ‘Vijftig jaar toerisme’, *Haarlem’s Dagblad*, 15-06-1926.

bepaalde groepen mensen, onder wie met name vrouwen en ouderen, gemakkelijker werd om op reis te gaan. Tegelijkertijd droeg het bureau in belangrijke mate bij aan het buitenlandse toerisme in Nederland.

'Reizen!', zo schreven A.N.J. Fabius en Ed. van Biema in 1895 in *Reizen en pleisteren*: 'In onze eeuw van stoom is het niets bijzonders meer'.² In het voetspoor van dergelijke uitspraken hebben historici lange tijd verondersteld dat de komst van de trein, samen met de industrialisatie en de verbreding van de stedelijke middenklasse, de basis legde voor de opkomst van het moderne massatoerisme. Reizen werd goedkoper en de groeiende middenklasse met een zeker besteedbaar inkomen zou het reizen als vrijetijdsbesteding massaal hebben omarmd. In de laatste tien, vijftien jaar heeft het internationale onderzoek deze traditionele visie aanzienlijk genuanceerd. Zo benadrukte de Amerikaanse historica Lynne Withey in haar studie over Thomas Cook dat de komst van de trein niet betekende dat het reizen geen obstakels meer kende. Als gevolg van de concurrerende spoorwegmaatschappijen was het lastig om wijs te worden uit alle verschillende tijdschema's en prijzen. Er bestonden maar weinig hotel- of andere accommodaties die voor een niet al te hoge prijs gereserveerd konden worden en goedkope reisgidsen waren nog niet op de markt. Nog belangrijker was echter dat veel leden van de middenklassen niet vertrouwd waren met het idee om puur voor het plezier op reis te gaan. Er was volgens Withey een nieuw soort ondernemer nodig, om ze ervan te overtuigen dat reizen niet alleen nuttig en aangenaam was, maar ook binnen hun bereik lag. Niet zozeer de opkomst van de spoorwegen, maar vooral de combinatie daarvan met ondernemers als Cook – en dus ook Lissone – zouden de aard van het reizen blijvend veranderen.³

Onderzoek naar reisbureau's zoals die van Cook en Lissone is om bovengenoemde reden erg waardevol. Toch is met uitzondering van Cook, die in de internationale literatuur uitgebreid aandacht heeft gekregen, opvallend weinig onderzoek verricht naar de opkomst en ontwikkeling van reisbureaus en gezelschapreizen. Historicus Christopher Kopper stelt dat wetenschappers die zich met het toerisme bezighouden zich met name richten op de Grand Tour en het negentiende-eeuwse kuur-toerisme van de adel en de bourgeoisie. In het licht daarvan stelt hij net als historicus John Walton, dat met name het massatoerisme van na de Tweede Wereldoorlog in het onderzoek naar toerisme verwaarloosd is gebleven.⁴ Maar bij nader inzien hebben ook andere belangrijke ontwikkelingen zoals die van de vroege gezelschapreizen in het onderzoek nog erg weinig aandacht gekregen, en dat geldt zeker ook voor Nederland. Juist het onderzoek naar de ontwikkeling van de gezelschapreis in ons land,

2 A.N.J. Fabius, en Ed. van Biema, *Reizen en pleisteren. Bijdragen tot de geschiedenis van het hôtél- en reiswezen* (Amsterdam 1895) 1.

3 Lynne Withey, *Grand tours and Cook's tours. A history of leisure travel, 1750 to 1915* (New York 1997) 135 en 166.

4 Christopher M. Kopper, 'The breakthrough of the package tour in Germany after 1945', *Journal of Tourism History* 1 (2009) 67–92, aldaar 67 en John Walton, 'Transport, travel, tourism and mobility: a cultural turn?', *The Journal of Transport History* 27 (2006) 129–134, aldaar 131.

zo beoog ik in deze bijdrage te laten zien, zou niettemin veel vragen kunnen beantwoorden over de Nederlandse reiscultuur, de reizigers en de populaire reisbestemmingen in de decennia rond 1900.

In het verlengde van genoemde historiografische clichés over de ontwikkeling van het toerisme is verder vaak gesteld dat de opkomst van de stoommachine, de spoorwegen en reisorganisatoren als Cook een verregaande democratisering van het toerisme teweeg zouden hebben gebracht. Reizen werd immers gemakkelijker en goedkoper, waardoor veel meer mensen in staat werden gesteld om ook op reis te gaan. Ook die opvatting is in de afgelopen jaren sterk genuanceerd. Studies naar onder meer de naoorlogse ‘package tours’ zoals bijvoorbeeld die van Kopper maar ook die van onderzoekers als Thomas Kaiserfeld en Ellen Furlough, maken duidelijk dat het echte massatoerisme pas langzaam ingang vindt in de jaren 1950 en 1960.⁵

Voor wie zich een beeld wil vormen van de ontwikkelingen op het gebied van het toerisme in Nederland, is Lissone een uitermate interessant onderzoeksgebied. Niet alleen vormt het bedrijf tot 1900 de enige reisorganisator van enige betekenis, maar ook daarna blijft het bureau tot de meest prominente en constante factoren in de Nederlandse reiswereld behoren. Als zich in het Nederlandse toerisme belangwekkende ontwikkelingen voor hebben gedaan, dan zouden die rondom Lissone zichtbaar moeten zijn. Het is daarbij niet zo dat Lissone geen concurrentie had, maar die nam pas ná 1900 langzaam serieuzere vormen aan. Er mag dus worden aangenomen dat de ontwikkelingen bij het reisbureau in hoge mate representatief zijn voor die van de Nederlandse gezelschapsreizen in het algemeen. Het is in dit licht des te interessanter om Lissone & Zoon nader onder de loep te nemen en te onderzoeken op welke doelgroepen het bureau zich richtte en in hoeverre hun activiteiten werkelijk zorgden voor een verbreding van het reispubliek.

Alvorens deze vragen te kunnen beantwoorden geeft het artikel eerst een kort overzicht van de geschiedenis van het bureau, gevolgd door een globaal overzicht van de concurrentie. Vervolgens worden dan de reiskosten, het reispubliek, de reisbereidheid en reisbestemmingen behandeld. Op grond van een brede verzameling van krantenadvertenties, folders en herinneringen, die nog nooit eerder zijn bestudeerd, zal blijken dat de gezelschapsreizen van Lissone & Zoon in zekere mate wel een verbreding van het reispubliek tot stand brachten, maar ook dat het reizen met Lissone tot in de eerste decennia van de twintigste eeuw een vrij elitaire aangelegenheid zou blijven.

5 ‘Package tours’ zijn georganiseerde reizen zonder begeleider of vast schema, waarin de vakantieganger tegen een vaste prijs een complete vakantie aanschaft. Transportmiddelen zoals de trein, bus en in latere jaren het vliegtuig worden in combinatie met accommodaties en soms eventueel ook maaltijden aan de vakantieganger aangeboden. Zie onder meer: Ellen Furlough, ‘Packaging pleasures. Club Méditerranée and French consumer culture 1950-1968’, *French Historical Studies* 18 (1993) 65-81; Thomas Kaiserfeld, ‘From sightseeing to sunbathing. Changing traditions in Swedish package tours; from edification by bus to relaxation by airplane in the 1950’s and 1960’s’, *Journal of Tourism History* 2 (2010) 149-163 en Kopper, ‘The breakthrough of the package tour in Germany after 1945’.

Het Nederlandsch Touristen-Bureau

Wat uiteindelijk uitgroeit tot 'Lissone & Zoon: Nederlandsch Touristen-Bureau', begint volgens het verhaal van oprichter Jacobus Lissone (1840-1907) met een reis naar Londen in de lente van 1876. Lissone exploiteert op dat moment zowel een bodedienst op Londen als een handel in comestibles (etenswaren) met vestigingen in Amsterdam en Rotterdam. De reis in kwestie verzorgt hij als vriendendienst voor een dokter Haksteen en gezelschap en zal hem op het idee brengen om het organiseren van gezelschapsreizen als nering te gaan uitoefenen. De eerste advertenties verschijnen in 1878 en, zoals ook Jacobus zelf later in een terugblik aangeeft, de gezelschapsreizen bleven de eerste jaren beperkt tot een nevenactiviteit. De bestemmingen bestonden hoofdzakelijk uit Londen en in mindere mate Parijs, en de reizen vonden vrijwel uitsluitend plaats in de zomermaanden juni, juli en augustus, 'den zoogenaamden komkommertijd in onze handelszaken'.⁶ De reizen worden in eerste instantie gepresenteerd als activiteit van de 'Bodendienst'. Pas in 1887, als de bestemmingen zijn uitgebreid met Wight, Schotland en Amerika, begint Jacobus vrij consequent te adverteren uit naam van 'Lissone's Touristen-Bureau'.⁷ Het duurt dan nog tot 1890 voordat Jacobus eindelijk de comestibleszaak opheft en zich met zijn oudste zoon Jacques als 'Lissone & Zoon' definitief op de reiswereld richt.⁸ Zowel de bestemmingen als de frequenties van de reizen laten meteen al een forse groei zien, die zich in de jaren daarna ook behoorlijk blijft doorzetten.

Volgens Withey was het aan ondernemers als Cook om de middenklasse te overtuigen dat reizen voor het plezier binnen hun bereik zou liggen. Jacobus Lissone deed dit onder meer door het plaatsen van advertenties en ingezonden stukken in dag- en andere bladen. Zijn zoon Jacques herinnerde zich later daarover dat 'J. Ph. Lissone, gelijk het Engelsche volk, absoluut geloofde in de noodzakelijkheid van adverteren en voor reclame geen beter medium erkende dan de dagbladen'.⁹ Lissone schreef ook artikelen over eerder plaatsgevonden reizen en gaf lezingen met lichtbeelden over bestaande en geplande nieuwe gezelschapsreizen. Een verdere goede manier om potentiële reizigers te bereiken was het uitbrengen van een eigen tijdschrift. De groei van het bedrijf leidde in 1892 dan ook tot de uitgave van *De Nederlandsche Tourist*. Het blad stond vol met reisprogramma's, reisverslagen en verdere informatie en verscheen vier of vijf maal per jaar. Door het uitbreken van de Eerste Wereldoorlog kwam de publicatie van het tijdschrift stil te liggen, maar na de oorlog kwam het bureau in 1920 met het vernieuwde *Lissone's Gazette*.

6 Jacobus Lissone, 'Hoe de gezelschapsreizen zijn ontstaan in Nederland', *De Nederlandsche Tourist*, het vijfde of kerstnummer (1898) 223.

7 Advertentie, 'Londen, Lissone's Touristen-Bureau', *Het Nieuws van den Dag: kleine courant*, 30-05-1887.

8 Advertentie: 'Lissone & Zoon', *Algemeen Handelsblad*, 01-06-1890.

9 Jacques Lissone, 'De eerste vijftig jaar', *Lissone's Gazette, Jubileumnummer 1876-1926* (1926) 23-24.



Afb. 1 Gevel van het Nederlandsch Touristen Bureau, Singel 155 te Amsterdam. Bron: Jacques Lissone, 'De eerste vijftig jaar', Lissone's Gazette. Jubileumnummer 1876-1926 (1926) 22.

Lissone's inspanningen hadden effect: het bureau wist de Nederlandse gezelschapsreizigers met succes aan zich te binden. Het bedrijf groeide en het aantal gezelschapsreizen nam toe. Na verloop van tijd besloot men ook diensten te gaan leveren aan Nederlanders die liever op eigen gelegenheid 'den vreemde' introkken, maar daarbij deskundige hulp op prijs stelden. Langzaam werd het tot een bureau waar volgens journalist Schuil 'reizigers inlichtingen inwonen, passagebiljetten kochten, geld wisselden, hotels bespraken, reisverzekeringen afsloten en reizen op couponboekjes in elkaar lieten zetten'. Kortom: 'een reisbureau in optima forma'.¹⁰ De groei van het bedrijf zorgde voor een toenemende bekendheid in het buitenland, wat het ertoe bracht om ook excursies te gaan organiseren voor buitenlandse toeristen in Nederland, teneinde hen 'dezelfde diensten te kunnen bewijzen, als zij reeds zoo vele jaren hadden aangeboden aan landgenooten, die met vreemde landen wenschten kennis te maken'.¹¹

Jacobus Lissone overleed in oktober 1907, maar zijn twee zoons en drie dochters zetten de onderneming voort. Zij breidden het programma uit met nieuwe bestemmingen en introduceerden in 1911 een nieuw fenomeen: Lissone's Excursie-wagen. Deze auto met 'amphitheatergewijs' geplaatste stoelen,

10 Schuil, 'Vijftig jaar toerisme'.

11 Jacques Lissone, 'De eerste vijftig jaar', 11.

die plaats bood aan veertien personen, werd gebruikt voor rondritten en excursies door Amsterdam en omstreken, ten behoeve van zowel buitenlanders als Nederlanders.¹² Het uitbreken van de Eerste Wereldoorlog noopte het bureau om haar reisactiviteiten te staken en haar expertise op andere activiteiten te richten. Zo hield men zich onder meer bezig met het repatriëren en escorteren van gestrande reizigers in het buitenland en het verzorgen van begeleide tochten naar Genua voor de Nederlandse Indië-reizigers, toen het varen over zee te gevaarlijk werd.¹³ Na de oorlog kwamen de gezelschapsreizen langzaam maar zeker weer op gang, aangevuld met nieuwe bestemmingen als de slagvelden van Ieper en Diksmuide.¹⁴ De wintersportreizen zetten zich voort en er verschenen enkele advertenties voor reizen speciaal voor jongeren.¹⁵

Rond 1921 trok de familie zich uit het bedrijf terug en bleef alleen Jacques Lissone als lid van de raad van commissarissen nog aan de onderneming verbonden.¹⁶ In het jaar 1927 ging Lissone & Zoon NV vervolgens een zodanig verregaande samenwerking aan met het Haagse reisbureau Lindeman, dat van een afzonderlijk bedrijf eigenlijk niet meer kon worden gesproken. Jacques Lissone nam begin 1928 definitief afscheid van het reisbureau en verhuisde naar Haarlem, waar hij in november 1935 op vierenzestigjarige leeftijd overleed.¹⁷

De concurrentie

Toen Jacobus Lissone in 1876 zijn eerste groepsreis organiseerde, was Thomas Cook in Engeland al 35 jaar actief. En in navolging van Cook, die in 1841 begon met het verzorgen van georganiseerde reizen, hadden ook andere reisbureaus hun deuren geopend. In Engeland was zijn grootste concurrent Henry Gaze, die al in 1844 zijn eerste reis naar Parijs realiseerde, lang voordat Thomas Cook daar in 1855 voor het eerst heen zou gaan.¹⁸ Carl Stangen's Reisebüro, gevestigd in Berlijn, zag in 1868 het licht en in Noorwegen richtte Thomas Bennet in 1850 Bennet's Touristen-Büreau op, dat tegenwoordig (sinds ongeveer 1995) deel uitmaakt van de Britse Hogg Robinson Group.¹⁹ In 1898

12 'Excursie-auto', *Het nieuws van den dag: kleine courant*, 18-04-1911.

13 Hierover kan onder meer worden gelezen in: 'Lissone's werkzaamheden gedurende den oorlog', *Lissone's Gazette*, de eerste of januari-aflevering (1920), 39-46; Jacques Lissone, 'De eerste vijftig jaar', 31-33 en verscheidene advertenties in dagbladen.

14 Zie advertenties als: Advertentie, 'Slagvelden', *Het Vaderland: staat- en letterkundig nieuwsblad*, 25-02-1920 en Advertentie: 'Lissone's Reizen. Juni 1920', *Algemeen Handelsblad*, 31-05-1920.

15 Zie onder andere: Advertentie: 'Een bericht voor jongelui', *Algemeen Handelsblad*, 12-06-1921.

16 Volgens Louis Movig, achterkleinzoon van Jacobus Lissone, was dat het gevolg van een vijandelijke overname door de gebroeders W. en B.E. Ruys (o.a. Wm Ruys & Zn, Ruys & Co, Rotterdamse Lloyd), die op dat moment ook alle aandelen van reisbureau Lindeman al in hun bezit zouden hebben gekregen.

17 Overlijdensbericht: 'J. Lissone', *Haarlem's Dagblad*, 06-11-1935.

18 Withey, *Grand tours and Cook's tours*, 161.

19 Carl Stangen-Meyers Großes Konversations-Lexikon: <http://www.zeno.org/Meyers-1905/A/>

verzorgt Lissone overigens de vertegenwoordiging van Bennet in Nederland, maar dat lijkt geen succes te zijn geweest, want al in 1899 is daar geen sprake meer van.²⁰ Naast deze ondernemingen zullen in het buitenland ongetwijfeld nog andere reisbureaus hebben bestaan.

Op internationaal niveau liep Lissone dus bepaald niet voorop. De oorzaak daarvan zou gerelateerd kunnen zijn aan de infrastructuur van met name de Nederlandse spoorwegen. Waar in Groot-Brittannië de aanleg van spoorverbindingen voortvarend ter hand was genomen, volgde een aantal landen op het continent, waaronder Nederland, pas na enige tijd. In 1839 werd de eerste spoorweg geopend, maar Noord- en Zuid-Nederland werden pas in 1868 met elkaar verbonden, door de voltooiing van de brug over de Lek bij Culemborg, gevolgd door de Moerdijkbrug in 1872.²¹ Relatief kort voor Lissone's eerste reis dus en maar liefst 26 jaar na Cook's eerste gezelschapsreis per trein in 1841. Ook historicus John Walton concludeert dat de reiswereld en het toerisme niet onafhankelijk kunnen bestaan van transport en de daarmee geassocieerde infrastructuur, zoals accommodaties en informatiestromen. De aard van de infrastructuur wordt op haar beurt echter ook niet uitsluitend bepaald door de transportvoorzieningen. Het betreft kwesties van interactie, zo stelt Walton, niet van afhankelijkheid.²²

Op nationaal niveau lijkt de conclusie gerechtigd dat Lissone's reisbureau in eerste instantie het eerste en enige reisbureau van betekenis in Nederland is. Een digitale zoektocht in de historische kranten van de Koninklijke Bibliotheek en andere archieven levert geen enkele Nederlandse treffer op van vóór 1876 of zelfs maar 1878, als Lissone zijn eerste advertentie voor Londen plaatst.²³ De bladen kennen termen als 'reisbureau' wel, maar gebruiken die alleen voor buitenlandse bedrijven als Cook en Stangen; pas op 14 mei 1892 wordt die voor een Nederlandse onderneming gebruikt en dat betreft dan Lissone.²⁴ In de negentiende eeuw is het voornamelijk Lissone, die men in de bladen tegenkomt. Pas op 9 juli 1888 verschijnen advertenties van wat op een concurrent voor Lissone lijkt: de 'Dutch Tourist Company', die zich specialiseert in gezelschapsreizen naar Londen.²⁵ Deze onderneming blijkt echter geen lang leven beschoren te zijn, want na de advertentie van 7 augustus 1888 verschijnt er taal nog teken meer van.²⁶

Stangen (geraadpleegd: 25-08-2013). Thomas Bennet – Advertentie: 'Noorwegen', *Het nieuws van den dag: kleine courant*, 26-04-1904.

20 Laatst gevonden advertentie: Advertentie: 'Noorwegen', *Het nieuws van den dag: kleine courant*, 15-07-1899.

21 J.A. Faber, *Het spoor. 150 jaar spoorwegen in Nederland* (Amsterdam 1989) 11-23; <http://www.spoorweggeschiedenis.nl> en Ben Speet, *De tijd van burgers en stoommachines: 1800-1900* (Zwolle 2007) 21-23.

22 Walton, 'Transport, travel, tourism and mobility', 132.

23 Advertentie: 'Londen', *Het nieuws van den dag: kleine courant*, 04-07-1878.

24 Stadsnieuws: 'Morgen vertrekt weer een gezelschap', *Het nieuws van den dag: kleine courant*, 14-05-1892.

25 Advertentie: 'Londen en hare omstreken', *Het nieuws van den dag: kleine courant*, 09-07-1888.

26 Ibidem.

In 1895 lijkt Lissone dan toch echt serieuze concurrentie te krijgen in de vorm van Carl Stangen's Reisebüro, dat in Arnhem een vestiging opent onder de naam 'Het Internationaal Reisbureau, Arnhem', waar het volledige dienstenpakket van Stangen beschikbaar is.²⁷ Na een – qua adverteergedrag – Lissone-achtige start met een breed reis-aanbod, beperkt men zich in 1896 nog slechts in hoofdzaak tot reizen naar de Berliner Gewerbe Ausstellung van dat jaar, om vervolgens vrijwel volledig uit de bladen te verdwijnen.²⁸ Het heeft er dus alle schijn van dat Stangen als concurrent niet heeft kunnen standhouden. Pas in oktober 1898 ontstaat vervolgens werkelijke concurrentie voor Lissone in de vorm van het reisbureau van Thomas Cook, dat een vestiging opent op Damrak 83 te Amsterdam.²⁹ In eerste instantie beperkt men zich echter tot de standaard diensten van Cook en pas vanaf de jaarwisseling 1900/1901, als Lissone al bijna zijn 25-jarige jubileum viert, verschijnen er advertenties voor een beperkt aantal 'gezelschapsreizen voor Nederlanders', zoals naar Algiers en Tunis.³⁰

In de negentiende eeuw kan dus niet echt van enige echt serieuze concurrentie voor Lissone worden gesproken en vormt het bureau in ons land de meest prominente aanbieder van gezelschapsreizen. Na 1900 wordt dat anders en krijgt Lissone & Zoon met steeds meer concurrentie te maken. Maar Lissone blijft ook tot aan de Eerste Wereldoorlog nog steeds de meest constante factor, al moet ze nu wel degelijk vooral Reisbureau Cook & Son naast zich dulden. Niet dat er geen nieuwe reisbureaus worden opgericht die gezelschapsreizen organiseren, maar vrijwel geen daarvan lijkt een lang leven beschoren. Voorbeelden daarvan zijn: Reisbureau Posthuma in Leeuwarden, Reisbureau Kok & Co in Amsterdam en Rotterdam en Nonhebel in Hilversum.³¹

Onder de bedrijven die zich reisbureau noemden, bevonden zich ook ondernemingen die zelf geen gezelschapsreizen organiseerden. Over het algemeen betrof dat agentschappen voor binnen- en buitenlandse scheepvaartlijnen en spoorwegen en toen het toerisme na 1900 begon te groeien ook voor hotels en andere accommodaties. Een typisch voorbeeld hiervan is het Haagse reisbureau van A.J. Lindeman & Co, de latere fusiepartner van Lissone. Abraham Lindeman was een gepensioneerde officier van het K.N.I.L. (Koninklijk Nederlandsch-Indisch Leger), die zich in eerste instantie bezighield met het aanbrengen van passagiers aan de scheepvaartmaatschappijen op Nederlands-Indië, maar dat

27 Advertentie: 'Noorwegen', *De Telegraaf*, 22-05-1895 en Binnenland: 'Een reis om de wereld', *Leeuwarder courant*, 08-08-1895.

28 Advertentie: 'Berliner Gewerbe Ausstellung 1896', *De Telegraaf*, 05-04-1896.

29 Henk Alting en Reinhilde van der Kroef, *Thomas Cook 100 jaar in Nederland* (Groningen 1998), 39-43.

30 Advertentie: 'Naar Algiers en Tunis', *Het nieuws van den dag: kleine courant*, 24-12-1900.

31 Reisbureau Posthuma: eerste advertentie: Advertentie: 'Reis naar Apeldoorn', *Leeuwarder courant*, 01-06-1903 en de laatste advertentie: Advertentie: 'Reis naar Apeldoorn', *Leeuwarder courant*, 16-06-1903. Reisbureau Kok & Co: eerste advertentie: Advertentie: 'Naar Parijs', *Het nieuws van den dag: kleine courant*, 25-06-1904 en de laatste advertentie: Advertentie: 'Jongelui naar Parijs', *Het nieuws van den dag: kleine courant*, 27-10-1904. Nonhebel: eerste advertentie: Advertentie: 'Zwitserland, Oberammergau, Parijs', *De Amsterdammer* 01-05-1910 en de laatste advertentie: Advertentie: '8 dagen naar Parijs', *De Amsterdammer* 18-09-1910.

gaandeweg uitbreidde met de verkoop van spoorbiljetten.³² In 1901 verschijnt hij voor het eerst in een advertentie van Staatsspoor, als agent voor de Helvetia Express.³³ Overigens blijkt uit diezelfde advertentie, dat ook Lissone dan agent is voor Staatsspoor, evenals voor de Compagnie Internationale des Wagon Lits van de Belgische Georges Nagelmackers, dat in 1882 ook een eigen bureau had geopend in het Centraal Station van Amsterdam.³⁴ Rond 1910 begint ook Lindeman zich voorzichtig te bewegen op het terrein van de georganiseerde reizen.³⁵

Naast de reisondernemingen begon na 1900 ook het verenigingsleven zich nadrukkelijker te roeren op het gebied van de georganiseerde reizen. De in 1883 opgerichte Nederlandsch Vélocipèdistenbond, de N.V.B., die na een naamsverandering in 1885 uiteindelijk bekend zou worden als de Algemene Nederlandsche Wielrijders-Bond, veranderde in 1905 zijn naam en doelstelling in ANWB Toeristenbond voor Nederland. Ook enkele andere reisverenigingen werden in deze tijd opgericht. In 1906 zag de Nederlandsche Reisvereniging het licht; de Vereniging voor Vreemdelingenverkeer (VVV) werd in 1885 opgericht en de Algemene Nederlandse Vereniging voor Vreemdelingenverkeer, de ANVV, in 1926, als fusie van een aantal andere organisaties.³⁶ Zelfs de huisvrouwen lieten zich niet onbetuigd, zoals blijkt uit de oprichting van de Onderlinge Reisvereniging van Huisvrouwen in 1925.³⁷

Ook ná 1900 blijft Lissone onder het groeiend aantal reisbureaus dat dan in Nederland actief is een bijzondere plaats innemen; de journalist Tom Schilperoort drukt zich daarover in 1926 in *De Groene Amsterdammer* als volgt uit:

Maar 't merkwaardige feit is wel, dat Lissone in Holland een dermate verschillende plaats inneemt van de andere reisbureaux, dat men, wat dat betreft, deze firma niet op gelijke lijn stellen kan. Lissone is niet alleen een firma, maar zoiets als een oud-Hollandsch monument, als een gevel van Vingbooms of als de Munttoren! (...) Lissone is nog steeds iets dat vastzit aan oud-Hollandsche deugdelijkheid, aan het karakter van huizen-met-stoeven.³⁸

Reiskosten

Op welke doelgroepen richtte Lissone zich nu eigenlijk en wie ging er met zijn bureau op reis? Om hier enig inzicht in te krijgen moet eerst en vooral de vraag worden beantwoord, welke inkomensgroepen zich de reizen van Lissone

32 'Boreel, Jhr. Willem', <http://www.iisg.nl/ondernemers/pdf/pers-0202-01.pdf>.

33 Advertentie: 'Helvetia Express', *De Telegraaf*, 01-07-1901.

34 M.F.A. Linders-Rooijendijk, *Gebaande wegen voor mobiliteit en vrijetijdsbesteding. De ANWB als vrijwillige associatie, 1883-1937* (Heeswijk 1989) 15.

35 Advertentie: 'Goedkoope reizen', *Het Centrum*, 27-07-1910.

36 Linders-Rooijendijk, *Gebaande wegen*, 31, 109-111, 138.

37 'Onderlinge reisvereniging van huisvrouwen', *De Amsterdammer*, 30-05-1925.

38 Tom Schilperoort, 'Toerisme', *De Groene Amsterdammer*, 03-07-1926.

überhaupt zouden kunnen veroorloven. In dit hoofdstuk probeer ik daarom een aantal voorzichtige uitspraken te doen over de prijzen van Lissone's georganiseerde reizen in verhouding tot het inkomen van de Nederlandse burger. De basis daartoe vormen de gegevens van de Haarlemse inkomensverhoudingen in 1890 uit tabel 1.³⁹

Tot de goedkoopste reizen die Lissone organiseerde behoorde van meet af aan de reis naar Londen en omstreken. In 1890, het jaar dat Lissone & Zoon van start ging, bedroeg de prijs daarvan 78 gulden.⁴⁰ Als een Haarlemmer die reis mee wilde maken, kostte hem dat als percentage van zijn jaarinkomen (zie tabel 2).

Tabel 1 Weekinkomens en aantallen huishoudens (hh) in Haarlem, 1890

	Inkomen 1890	%	Aantal hh	Jaarinkomen
1 Armen	Minder dan f 6	24	2.800	Minder dan f 312
2a Geschoolde arbeiders	f 6 tot f 10	40	4.600	f 312 tot f 520
2b Onderste laag kleine burgerij	f 10 tot f 20	19	2.200	f 520 tot f 1.040
3 Kern kleine burgerij	f 20 tot f 40	10	1.150	f 1.040 tot f 2.080
4 Overgang kleine burgerij en elite	f 40 tot f 80	4	450	f 2.080 tot f 4.160
5 Elite	Meer dan f 80	2	230	Meer dan f 4.160

Bron: B. de Vries, *Een stad vol lezers. Leescultuur in Haarlem, 1850-1890* (Nijmegen 2011) 208. Zie ook de bijlage 'De inkomensgroepen in Haarlem, 1890 en 1912' voor een globaal overzicht van de beroepen per inkomensgroep.

Tabel 2 Kosten van een reis naar Londen als percentage van het jaarinkomen

	Jaarinkomen 1890	Reis Londen
1 Armen	Minder dan f 312	Meer dan 25%
2a Geschoolde arbeiders	f 312 tot f 520	25% tot 15%
2b Onderste laag kleine burgerij	f 520 tot f 1.040	15% tot 8%
3 Kern kleine burgerij	f 1.040 tot f 2.080	8% tot 4%
4 Overgang kleine burgerij en elite	f 2.080 tot f 4.160	4% tot 2%
5 Elite	Meer dan f 4.160	Minder dan 2%

³⁹ De tabel is overgenomen uit de bron; de kolom jaarinkomen is toegevoegd en berekend door het weekinkomen met tweeënvijftig te vermenigvuldigen. Het vermelde inkomen betreft het reële inkomen en geeft dus koopkracht weer.

⁴⁰ Advertentie, '1^e klasse Gezelschapsreis voor Dames en Heeren, naar Londen en Omstreken', *Het Nieuws van den dag: kleine courant*, 17-06-1890.

Op grond van de tabel is het meteen duidelijk dat de reissom niet alleen voor de armen, maar ook voor de geschoolde arbeiders en de onderste laag van de kleine burgerij een enorm bedrag vertegenwoordigde en dat een reis met Lissone onder normale omstandigheden voor hen dus niet was weggelegd.⁴¹ Haarlemmers uit de onderste regionen van de kern van de kleine burgerij zouden het kunnen overwegen, maar zeker niet elk jaar; ze zouden er ongetwijfeld voor moeten sparen. Leden uit de meer gegoede kleine burgerij tot de elite (groep 3-5) zouden zich een jaarlijkse reis naar Londen echter zonder meer hebben kunnen veroorloven.

Maar: deze cijfers gelden uitsluitend wanneer men in zijn eentje naar Londen ging, want de prijzen van Lissone waren ‘per persoon’. Wilde een echtpaar samen op reis, of wilde een vader of moeder met één zoon of dochter een gezelschapsreis naar Londen maken, dan was dat alleen bereikbaar voor de elite en de gegoede burgers die daar pal onder kwamen (groep 4 en 5).

Tabel 3 Kosten van een reis naar Londen voor een echtpaar als percentage van het jaarinkomen

	Jaarinkomen 1890	Reis Londen
1 armen	Minder dan f 312	Meer dan 50%
2a geschoolde arbeiders	f 312 tot f 520	50% tot 30%
2b onderste laag kleine burgerij	f 520 tot f 1.040	30% tot 15%
3 kern kleine burgerij	f 1.040 tot f 2.080	15% tot 8%
4 overgang kleine burgerij en elite	f 2.080 tot f 4.160	8% tot 4%
5 elite	Meer dan f 4.160	Minder dan 4%

De duurste reis die Lissone’s programma tot 1890 aanbood was zonder twijfel die naar Italië. Lissone vermeldde in advertenties vrijwel nooit de prijzen voor de duurdere reizen, maar in krantenberichten treft men hier en daar wel prijzen aan. In 1892 beschreef een artikel in *Het Nieuws van den Dag* dat Lissone’s Italië-reis dat jaar 800 gulden kostte.⁴² Reeds voor een enkel persoon was dat in verhouding tot het jaarinkomen een peperdure onderneming (zie tabel 4).

Het is duidelijk: de Italië-reis van Lissone was reeds voor een enkel persoon uit de elite bijzonder prijzig, laat staan voor een echtpaar of een klein gezin. Des te opmerkelijker zijn dan ook de incidentele advertenties voor Lissone’s reizen naar Egypte en Palestina, die voor ‘slechts’ (!) 1500 gulden werden aangeboden.

⁴¹ Ter vergelijking: de huidige wetgeving (2013) stelt het vakantiegeld op minimaal 8% van het jaarinkomen; daarvan wordt ruwweg de helft ingehouden aan belasting en premies, zodat een aan vakantie-uitgaven besteedbaar bedrag resteert van pakweg 5% van het jaarinkomen.

⁴² Gemengd Nieuws, ‘De Heeren Lissone & Zn.’, *Het Nieuws van den dag: kleine courant*, 07-01-1892.

Tabel 4 Kosten van een reis naar Italië als percentage van het jaarinkomen

	Jaarinkomen 1890	Reis Italië
1 armen	Minder dan f 312	Meer dan 256%
2a geschoolde arbeiders	f 312 tot f 520	256% tot 151%
2b onderste laag kleine burgerij	f 520 tot f 1.040	151% tot 77%
3 kern kleine burgerij	f 1.040 tot f 2.080	77% tot 38%
4 overgang kleine burgerij en elite	f 2.080 tot f 4.160	38% tot 19%
5 elite	Meer dan f 4.160	Minder dan 19%

In 1912, ruim twintig jaar na de oprichting van Lissone & Zoon's reisbureau, was het aantal bestemmingen en het aantal reizen dat het bedrijf organiseerde inmiddels behoorlijk toegenomen. Dat dit niet alleen aan de inspanningen van Lissone zelf lag, wordt duidelijk uit onderstaande tabel. De groei in Nederland van het aantal reizen en het aantal reizigers in die periode kwam niet alleen door de dalende prijzen of de opkomst van de reisorganisatoren, maar vooral ook door de snel stijgende welvaart die zich rond 1900 in Nederland voltrok.

Tabel 5 Weekinkomens en aantallen huishoudens (hh) in Haarlem, 1912

	Inkomen 1912	1912%	hh 1912	1890%	hh 1890
1 armen	Minder dan f 10	15	2.500	24	2.800
2a +2b: geschoolde arbeiders en kl. burgerij	f 10 tot f 20	58	9.500	59	6.800
3 kern kleine burgerij	f 20 tot f 40	15	2.500	10	1.150
4 overgang kleine burgerij en elite	f 40 tot f 80	7	1.100	4	450
5 elite	Meer dan f 80	5	900	2	230

Bron: B. de Vries, *Een stad vol lezers. Leescultuur in Haarlem, 1850-1890* (Nijmegen 2011) 208.

Reispubliek

Lissone's gezelschapsreizen waren voor de gemiddelde burger dus vrij duur en in veel gevallen onbetaalbaar. Naast de reissom kwamen immers ook nog eens de aanvullende kosten voor eventuele aanschaf van reiskleding, koffers en andere reisbenodigdheden – en als men dan ook nog met meerdere personen reisde, dan bedroegen de kosten natuurlijk een veelvoud daarvan. Lang niet ie-



Afb. 2 Een Lissone gezelschap in Vossevangen, Noorwegen. Bron: De Nederlandsche Tourist (1908) 155.

dereen kon bovendien zomaar twee weken, een maand of langer vrij maken om op reis te gaan. Sociologe Aaltje Hessels concludeerde al enkele decennia geleden dat ondanks de toegenomen Nederlandse welvaart rond 1900, toch slechts een kleine minderheid van de bevolking over vrije dagen kon beschikken en het loon voor velen niet hoog genoeg was om geld opzij te kunnen leggen voor een eventuele vakantie.⁴³ Volgens haar is het dan ook begrijpelijk dat het moderne reispatroon zich in eerste instantie bij de hogere lagen van de samenleving manifesteerde. ‘Immers, in deze kringen kon men zich een vakantiereis veroorloven, terwijl men een dergelijke reis ook als wenselijk en passend voor de eigen klasse beschouwde.’ Zij veronderstelde dan ook dat de Nederlandse groepsreizigers eind negentiende en begin twintigste eeuw over het algemeen toch ‘welgestelde lieden’ waren.⁴⁴

Deze bewering wordt met de gegevens van Lissone & Zoon kracht bij gezet. Ook uit de beperkte informatie van het reisbureau die naast de krantenadvertenties beschikbaar is, komt het beeld naar voren, dat reizen voor het plezier nog altijd een relatief elitaire aangelegenheid was. ‘Op de naamlijsten, te onzen kantore ter inzage,’ verklaart het bureau in 1898, ‘komen de namen voor van de

⁴³ A. Hessels, *Vakantie en vakantiebesteding sinds de eeuwwisseling* (Assen 1973) 107.

⁴⁴ Ibidem, 111, 120.

meest achterswaardige families.' De publicatie van deze namen had tot doelstelling om 'de reislustigen in den lande er op te wijzen, dat wij de *eenige* firma zijn, die dergelijke aanbevelingen bezit, de eenige firma, die door ondervinding weet, hoe Nederlanders in den vreemde reizen.'⁴⁵ De gezelschapsreizen van Lissone kregen dan ook de openlijke aanbevelingen van vooraanstaande Nederlanders: van Gerard Keller, schrijver en hoofdredacteur van de *Arnhemse Courant*; Charles Boissevain, journalist en later redacteur en eigenaar van het *Algemeen Handelsblad* en tevens redactielid van literair tijdschrift *De Gids*; Pieter Louwerse, schrijver en dichter; prof. Allard Pierson, predikant, theoloog, geschied- en taalkundige en ds. Krayenbelt, hervormd predikant.⁴⁶ Van Gerard Keller is bekend dat hij in de vroege jaren eens deel heeft genomen aan een Lissone-reis naar de Schotse Hooglanden.⁴⁷

Het blijkt moeilijk om nog meer in detail te achterhalen wie precies met Lissone op reis ging en wat hun sociale status was. Lissone vermeldde in principe nooit de namen van zijn reisgezelschappen en voor zover in de overgeleverde bronnen hier en daar toch namen opduiken, is de informatie zo summier, dat het bijna onmogelijk is om te achterhalen wie het exact betreft. Jacobus Lissone liet zich soms echter wel in zijn algemeenheid uit over de deelnemers aan zijn reizen. Zo ook in een artikel uit het 'feestnummer' van *De Nederlandsche Tourist* uit 1901, waarin hij hen adresseert, die al eens met een reisgezelschap waren mee geweest en schreef: 'daar ontmoette U den Indischen ambtenaar of officier (...) daar maakte u kennis met den koopman, den journalist, den fabrikant, met leden van de Tweede Kamer, en met goeude landbouwers uit het Zuiden en Noorden van ons land.'⁴⁸ Zijn zoon Jacques Lissone herinnerde zich in 1926 dat het 'volstrekt niet de onbeschaafden of de onbereisden [waren], die zich opgaven, veeleer de notabelen, vooral uit kleinere steden, vele renteniers uit 's-Gravenhage en dan, niet te vergeten, de ambtenaren met verlof uit Nederlands-Indië'.⁴⁹

Beide bronnen schetsen een relatief bont gezelschap, dat echter hoofdzakelijk in de hogere sociale regionen van de toenmalige maatschappij kan worden geplaatst: beschaafde burgers die zich door een combinatie van beroep, welstand en opleiding tot de fatsoenlijke standen konden rekenen.⁵⁰ Hiermee is echter bepaald niet gezegd dat de bijdrage van Lissone aan de sociale verbreding van het reizen beperkt of nihil is geweest. Integendeel, de door Lissone genoemde koopman, journalist en ambtenaar zouden eerder in de negentiende eeuw waarschijnlijk niet in staat zijn geweest om een Grand Tour te onderne-

45 'Italië en de Riviera', *De Nederlandsche Tourist*, het derde of Middellandsche-Zeenummer (1902) 81-82.

46 Jacobus Lissone, 'Hoe voor vijf-en-twintig jaren een Nieuw Beroep is ontstaan in Nederland', *De Nederlandsche Tourist*, het tweede of feestnummer (1901) 74.

47 Schuil, 'Vijftig jaar toerisme'.

48 Jacobus Lissone, 'Hoe voor vijf-en-twintig jaren', 74.

49 Jacques Lissone, 'De eerste vijftig jaar', 23.

50 Vgl. Jan Hein Furnée, *Plaatsen van beschaafd vertier. Standsbesef en stedelijke cultuur in Den Haag, 1850-1890* (Amsterdam 2012).

men of op een andere manier zelfstandig op reis te gaan. De gezelschapsreizen van Lissone zorgden dus in zekere zin toch voor een zekere sociale verbreding. Bij de Britse touroperator Thomas Cook was het niet anders. Ook onder de deelnemers aan zijn reizen vond men ‘ambtenaren, doctoren, schoolmeesters, gouvernantes [en] de vertegenwoordigers van het betere deel van de Londense en provinciale handelsgemeenschap’.⁵¹

Een tweede verbreding van het reizigerspubliek vinden we in het feit dat Lissone in navolging van Cook vrouwen in staat stelde om vaker en zelfs zonder de begeleiding van een mannelijk familielid op reis te gaan. Volgens negentiende-eeuwse conventies was het voor een ‘fatsoenlijke’ vrouw tot dan toe vrijwel onmogelijk om alleen op reis te gaan. Cook legde er volgens de Britse historicus Piers Brendon echter sterk de nadruk op dat het volkomen fatsoenlijk zou zijn voor ‘onbeschermde vrouwen’ om aan zijn reizen deel te nemen. Hij beschreef ze als heldinnen, ‘die geen verdere bescherming nodig hadden dan wat de regelingen en gezelschappen van de reis hen al boden’.⁵² Zowel zijn persoonlijke begeleiding als het feit dat de fysieke inspanningen zeker niet te zwaar zouden zijn, droeg bij aan het feit dat vrouwen in de gezelschapsreizen konden participeren. Veel van Cooks ‘vaste klanten’ betroffen daarom vrouwen, die ook bij uitstek de doelgroep vormden voor zijn gezelschapsreizen omdat ze over relatief veel vrije tijd beschikten. Rond 1865 bestond zelfs de meerderheid van Cooks reisgezelschappen uit vrouwen.⁵³

Bij Lissone was, zo gaf het bureau aan, ongeveer hetzelfde het geval. ‘Wij verheugen ons in de gunst der dames’, vermeldt Jacobus in 1901, ‘omdat onze Reiszaak zoodanig is ingericht, dat er tegenwoordig geene dames in Nederland meer bestaan, welke er zich voor schamen te vertellen, dat zij geheel alleen, met een gezelschap onder onze leiding, op reis zijn geweest.’ Dat was naar eigen zeggen vooral te danken aan de algemene bepalingen van het bedrijf. De reizen waren daarnaast zo ingericht dat ze voor vrouwen, en bovendien ook voor ouderen, beslist niet te zwaar zouden zijn. Er zouden zelfs verscheidene dames zijn, die elk jaar deelnamen aan één van de door het reisbureau georganiseerde reizen.⁵⁴

Nu zijn dit natuurlijk Lissone’s eigen woorden: mogelijk overdreef het bedrijf de wijze waarop het de ruimtelijke bewegingsvrijheid van vrouwen vergrootte. Toch staat het zonder meer vast dat ook bij Lissone vrouwen zonder begeleiding deelnamen aan zijn reizen. Zo blijkt bijvoorbeeld uit een aantekenboekje van Jacobus voor de reis naar Italië van september 1891, dat daaraan deelnamen: de ‘Dames van Waveren’, de ‘Dames Arntzenius Plate’, ‘Juffr Beerman’ en de ‘Heer Overmars’.⁵⁵ Het uiteindelijke reisgezelschap bestond uit zes

51 Piers Brendon, *Thomas Cook. 150 years of popular tourism* (Londen 1991) 52.

52 Ibidem, 52.

53 Withey, *Grand tours and Cook’s tours*, 144, 158 en Brendon, *Thomas Cook*, 52.

54 Jacobus Lissone, ‘Hoe voor vijf-en-twintig jaren’, 73.

55 Notitieboekje met opschrift ‘Italië 1891’. Een van de dames Arntzenius, dochter Marie, heeft op basis van haar ervaringen rond die reis nog een ingezonden stuk geschreven voor de eerste uitgave van

tot zeven personen, waarvan het merendeel dus uit vrouwen bestond. Er zijn nog geen onafhankelijke bronnen gevonden die aantonen of de deelname van vrouwen aan Lissone's reizen ook inderdaad zulke omvangrijke vormen aannam als uit de genoemde bronnen blijkt, maar aan de andere kant lijken er ook geen redenen te bestaan voor de gedachte dat de deelname van vrouwen zich bij Lissone anders ontwikkeld zou hebben dan bij Cook.

Reisbereidheid

De opvatting van Withey dat de middenklasse niet vertrouwd zou zijn met het idee om voor eigen genoegen op reis te gaan, lijkt door de ervaringen van Lissone ruimschoots te worden bevestigd. Volgens zoon Jacques ervoer zijn vader de Nederlander als 'hokvast' en moeilijk in beweging te krijgen om op reis te gaan. Hij had heel veel moeite moeten doen – adverteren, overal in het land voordrachten geven, artikelen publiceren – om potentiële klanten over de streep te trekken. Het zal dan ook niet voor niets zijn, dat hij pas in 1890 – twaalf jaar na zijn eerste commerciële reis – de stap durfde te zetten om de comestibleszaak op te heffen en zich volledig op het reisbureau te gaan richten. Het is overigens niet zo dat Jacobus zelf de 'hokvaste' Nederlander specifiek tot de middenklassen beperkt. Maar aangezien behalve de elite vooral ook de middenklassen tot zijn doelgroep zouden moeten behoren lijkt de verwijzing naar Withey hier gerechtvaardigd.

Aan die 'hokvastheid' van de Nederlanders wordt overigens niet alleen door Lissone gerefereerd, maar ook door verscheidene Nederlandse kranten. Zoals in het onderstaande artikel, dat in 1907 in de *Haarlemse Courant* verscheen:

Men vergete niet, dat er voor een kleine vijf-en-twintig jaar nog niet zoo veel en zoo ver gereisd werd en de gezelschapsreizen nog recht van bestaan moesten krijgen en veel hokvastheid, bedeesdheid, kleinstedschheid en onbeholpenheid moesten helpen overwinnen, om nog te zwijgen van gebrek aan levenslust.⁵⁶

Voor Jacobus Lissone gold dat hij een nieuwe en grotendeels onbekende dienst in de markt probeerde te zetten, waar nog niemand in Nederland enige ervaring mee had. De elite reisde al jaren op eigen gelegenheid en was daarvoor dus niet zozeer op Lissone aangewezen en de middenklasse bleek dus onvoldoende vertrouwd met het idee om (voor het plezier) op reis te gaan. *Sport en Beeld* schreef daarover in 1926 dat 'Lissone's taak (...) in den beginnen verre van gemakkelijk [zal] zijn geweest. Hij leefde in een tijd toen het maken van een buitenlandsche reis nog lang niet ieders werk en geen dagelijks voorkomende gebeurtenis was.'⁵⁷ Als eerste reisbureau moest Lissone daarom het weinig reis-

De Nederlandsche Tourist: Marie Arntzenius, 'Ingezonden', *De Nederlandsche Tourist*, het eerste of voorjaarsnummer (1892) 23.

⁵⁶ Valerius, 'Uit de Amstelstad', *Haarlemse Courant*, 25-11-1907.

⁵⁷ 'Lissone's Reisbureau', *Sport in Beeld en Actueel Wereldnieuws*, 13-11-1926.

lustige, 'hokvaste' Nederlandse volk bekend maken met het verschijnsel van georganiseerde groepsreizen en eventuele weerstand bij hen zien te overwinnen.

Weerstand is er duidelijk ook geweest, deels gebaseerd op hardnekkige vooroordelen over hoe het er op een gezelschapsreis toe zou gaan. Zoals bijvoorbeeld in een artikel uit *De Locomotief* van 1895, dat niemand aanraadt om zich aan te sluiten bij een gezelschapsreis, zij het van Cook of Lissone, 'om in een kudde van station tot station, van hotel tot hotel, van bezienswaardigheid tot bezienswaardigheid gedreven te worden'.⁵⁸ Nu heeft *De Locomotief* naar aanleiding van reacties van lezers deze uitspraak voor wat Lissone betreft toch enigszins moeten bijstellen.⁵⁹ En ook andere berichten nuanceerden dit beeld, zoals bijvoorbeeld *De Sumatra Post*, die in 1907 spreekt van een grote tevredenheid onder alle gezelschapsreizigers. Reden hiervoor was onder meer het feit dat Lissone de gewoonte had om zijn reizigers wel in korte tijd, maar 'zonder veel gejaagdheid' alles te laten zien. Zoals klaarblijkelijk niet gewoon was bij Lissone's Britse concurrent. 'Als men zoo'n groote menschenkudde van Cook ziet rennen, van het Paleis op den Dam naar het Rijksmuseum, en dan weer naar Artis dan is men blij niet van de partij te zijn.'⁶⁰

Lissone's reisgezelschappen bestonden, conform de algemene bepalingen, meestal uit tien tot twaalf personen, met een uitzondering naar vijftien. Onder andere omdat dit 'de onderlinge conversatie aangenaam en vertrouwelijk' maakte.⁶¹ Uit een schema in *De Nederlandsche Tourist* van 1902 blijkt inderdaad dat aan de eerste 42 Italië-reizen van Lissone 463 personen hebben deelgenomen, wat een gemiddelde van 11 deelnemers per reis oplevert.⁶² Piers Brendon spreekt bij Cook daarentegen over groepen gezelschapsreizigers waarvan de aantallen gemiddeld een vijfvoud betroffen van die bij de groepen van Lissone. Zowel in 1860 als in 1863 ondernam Cook's bureau bijvoorbeeld reizen naar Italië met groepen van vijftig man. Rond dezelfde tijd ondernam een groep van zestig reizigers een tocht naar Zwitserland en een Italië-reis uit 1866 betrof zelfs een aantal van zeventig deelnemers.⁶³

De georganiseerde reizen hebben hun slechte naam nog erg lang behouden. Historicus Kopper geeft, met betrekking tot de package tours in de jaren '50 en '60, te kennen dat de term 'budget toerisme' negatieve associaties opriep bij Duitsers, omdat ze het verwarden met de 'meer restrictieve gezelschapsreizen'. 'De associatie van de budgetreis met grote, luidruchtige groepen onbeschaafde medereizigers bleef,' zo meent Kopper, 'het meest krachtige en halsstarrige negatieve stereotype'.⁶⁴ Hij bevestigt in zijn onderzoek overigens ook dat reisbu-

⁵⁸ 'Van Genua naar Nederland', *De Locomotief: Semarangsch handels- en advertentie-blad*, 25-02-1895.

⁵⁹ 'Semarang, 2 Maart', *De Locomotief: Semarangsch handels- en advertentie-blad*, 02-03-1895.

⁶⁰ Omega, 'Amsterdamsche brieven. 440.000', *De Sumatra post*, 22-11-1907.

⁶¹ 'Programma voor een eerste klasse natuur- en kunstreis', *De Nederlandsche Tourist*, het vierde of vervolg-zomernummer (1898) 180.

⁶² 'Italië en de Riviera', *De Nederlandsche Tourist*, het derde of Middellandsche-Zeenummer (1902) 81-82.

⁶³ Brendon, *Thomas Cook*, 79, 98 en 108-109.

⁶⁴ Kopper, 'The breakthrough of the package tour', 75.

reus en hun diensten nog steeds gezien werden als iets voor de elite: 'Reisbureau's hadden de naam alleen diensten te leveren aan de beter ontwikkelden en bemiddelden. Tot de vroege jaren 1960 zag de gemiddelde Duitser ze als plaatsen waar onbemiddelden met een bescheiden opleiding weinig welkom waren.'⁶⁵

Het heeft er alle schijn van dat de weerstand bij Lissone vooral ook een gevolg was van standsbewustzijn. Zo beschrijft een krantenartikel uit 1885, hoe Nederlanders toch in eerste instantie terughoudendheid zouden voelen bij het idee om aan een gezelschapsreis deel te nemen. Dit zou ten dele te maken hebben met de onafhankelijkheidsgeest van het volk en de teruggetrokkenheid zich liever niet bij vreemde mensen aan te sluiten.⁶⁶ De heer A.D. Hagedoorn, leraar aan de HBS en een deelnemer aan een van Lissone's reizen naar Londen, bevestigt dit in een ingezonden reactie op het artikel. Hij geeft als zijn initiële bezwaar weer, dat hij 'benauwd' was geweest voor zijn 'fatsoen'. Hij had graag van te voren geweten wie zijn reisgenoten zouden zijn, omdat hij daar met een prijs van 65 gulden eigenlijk maar weinig van verwachtte. Zijn angst 'in niet al te fatsoenlijk gezelschap te verdwalen en stellig niet *first rate* te reizen, omdat het aanbod zoo goedkoop was', bleek achteraf echter toch enorm mee te vallen.⁶⁷ Ook een bericht uit 1896 spreekt weinig positief over gezelschapsreizen in het algemeen, omdat 'men zich genoodzaakt ziet te reizen met allerlei personen die men niet kent, potverteeders en dergelijken'.⁶⁸

Hoewel Lissone's reizen voor een groot deel toch een elitaire aangelegenheid lijken, bestond klaarblijkelijk dus tegelijkertijd ook de vrees dat men zich in het gezelschap van minder gegoede 'burgerlijke' lieden zou moeten begeven. Een uitgesproken voorbeeld daarvan is te vinden in onderstaand artikel uit de *Sumatra Post* van 26 maart 1901, waarin ronduit neerbuigend wordt gedaan over een gezelschap van Lissone:

Ik verzuimde nog te zeggen, dat ik in den D. trein te Esschen met moeite een plaats kon veroveren, aangezien deze nagenoeg geheel was bezet door een reisgezelschap van Lissone (...). De reizigers waren bijna zonder uitzondering typische burgermenschjes, dol op 'voorstellen' en zoo quasi deftig mogelijk. Klaarblijkelijk vonden zij het heel chique zoo midden in den winter 'naar het Zuiden' te gaan.⁶⁹

Nu betrof de reis van de heer Hagedoorn een korte reis naar Londen van 65 gulden en verwachtte hij er daarom maar weinig van. En ook de auteur die sprak over 'potverteeders', nam deel aan een achtdaagse reis naar Londen. Het waren uiteraard deze goedkopere, kortere reizen waar men eerder wat minder gefortuneerde mensen tegen kon komen, dan op een kostbare reis van twee maanden naar Egypte.

⁶⁵ Ibidem, 71.

⁶⁶ 'Een gezelschapsreis naar Londen', *Het Nieuws van den Dag: kleine courant*, 21-08-1885.

⁶⁷ A.D. Hagedoorn, 'Ingezonden: Nog eens "de gezelschapsreis naar Londen"', *Het Nieuws van den Dag: kleine courant*, 28-08-1885.

⁶⁸ 'Een uitstapje naar Londen in acht dagen', *Java-bode*, 06-06-1896.

⁶⁹ 'Van hier en daar', *De Sumatra Post*, 26-03-1901.

Reisbestemmingen

De gezelschapsreizen van het bureau richtten zich de eerste jaren als gezegd vooral op Londen en deels ook op Parijs. Naarmate het bureau groeide, breidde het aantal reizen zich flink uit. Ook Schotland, Scandinavië, de Riviera en Italië kwamen op het programma te staan, evenals verder gelegen, exotischer oorden als Rusland, Egypte, Palestina, Afrika en Amerika. Naast de 'gewone' steden en streken hoorden ook de grote evenementen tot de reisdoelen van het bureau. Van de Londense kroningsfeesten en de kroning van de laatste tsaar in Rusland, de Wereldtentoonstellingen van Parijs, Brussel en Chicago, de kerkelijke wereldcongressen te Lourdes, Keulen en op Malta, wintersportfeesten in Zwitserland en opera's van Wagner in Bayreuth: Lissone bracht je er naartoe. Ook evenementen in Nederland hadden de interesse van het bureau. Zo regelde het verschillende zaken rondom de Amsterdamse Wereldtentoonstelling van 1883 en had men de taak op zich genomen om leden van grote internationale congressen rond te leiden.⁷⁰

Het 'Nederlandsch Touristen-Bureau' bood derhalve een brede variëteit aan bestemmingen aan. De één duurder, luxer en verder weg; de ander goedkoper, korter en dichterbij huis. De reis naar Syrië en Palestina, met bezoek aan Griekenland, Beneden-Egypte en Italië van 1898, bijvoorbeeld, kostte zo'n 1500 gulden en duurde circa vijftig dagen.⁷¹ Een reisje naar Londen kostte slechts een fractie van dat bedrag, met een gemiddelde reissom van rond de 80 gulden, waarbij men ook niet langer dan een kleine week van huis was.⁷² In zekere zin was het voor elk wat wils; zeker ook omdat Lissone van bestaande reizen soms goedkopere en/of kortere versies organiseerde voor mensen met een smallere beurs of weinig tijd.⁷³ Aannemelijk is echter dat slechts diegenen met het meeste geld zich een reis naar Egypte konden veroorloven, terwijl reislustigen die beduidend minder te besteden hadden het met nabije bestemmingen als Parijs, Londen en het eiland Wight moesten doen. Toch wil dat geenszins zeggen dat niet ook de elite naar Londen of Parijs zou gaan.

De enig aangetroffen bronnen waarin namen en bestemmingen van reizigers bij elkaar komen, zijn tot nu toe de dankwoorden en aanbevelingen die soms

70 Zie verschillende programma's van het reisbureau in het tijdschrift 'De Nederlandsche Tourist' en advertenties in dagbladen. Over de congressen kan worden gelezen in: Jacques Lissone, 'De eerste vijftig jaar', 117.

71 'Prospectus eener Gezelschapsreis naar Syrië en Palestina, met bezoek aan Griekenland, Beneden-Egypte en Italië', *De Nederlandsche Tourist*, het vierde of vervolg-zomernummer (1898), ingevouwen 'foldertje' of boekje – geen paginanummers.

72 Voorbeelden zijn onder andere een reis naar Londen van zes dagen voor zestig gulden (in: Advertentie, 'Naar Londen!!!', *Het Nieuws van den Dag: kleine courant*, 22-06-1879) en een reis naar Londen en Omstreken van eveneens zes dagen en een reissom van zevenentachtig gulden (in: Advertentie, 'Londen en Omstreken', *Het Nieuws van den Dag: kleine courant*, 29-07-1890).

73 Voorbeelden zijn onder andere de 'Goedkoope Excursie naar Den Rijn' (in: *De Nederlandsche Tourist*, het tweede of voorjaarsnummer (1898), ingevouwen 'foldertje' of boekje zonder paginanummers) die tweenzeventig gulden kostte en vijf dagen duurde en 'Lissone's goedkoope 10-daagsche gezelschapsreis naar de Fransche Riviera', die toch alweer tweehonderdvijfentwintig gulden kostte en zoals gesteld tien dagen duurde (in: *De Nederlandsche Tourist*, het vierde of kerstnummer (1913) 180).



Afb. 3 Een reisgezelschap van Lissone in Egypte. Bron: De Nederlandsche Tourist (1906) 217.

na een reis in de krant of het tijdschrift werden geplaatst. Een voorbeeld is de ‘aanbeveling’ die op 13 juli 1881 is aangetroffen in *Het Nieuws van den Dag* naar aanleiding van een reis naar Londen. Deze is ondertekend door onder meer de heer De Lannoy, kapitein in het Oost Indisch Leger, en mevrouw De Lannoy; jhr. H. Meijer, officier in het Oost Indisch Leger; A. Kluit, notaris te Moordrecht; K. Keuter, koopman te Blokzijl; N.A. Schouten, particulier te Dordrecht en J. Grader, particulier te Amsterdam.⁷⁴ Dergelijke unieke bronnen bevestigen dat zelfs Lissone’s ‘goedkope’ reizen naar Londen geenszins door de brede of kleine burgerij werden bevolkt: zijn publiek betrof hier onmiskenbaar ook de zogenaamde fatsoenlijke standen. Voor een meer systematische analyse is het aantal van dit soort bronnen, waarin vaak ook beroep of woonplaats ontbreekt, echter helaas te beperkt.

Zoals historici als Bill Cormack benadrukken, waren de hogere klassen altijd leiders geweest van ‘vakantietrends’. Zij hadden de tijd en de behoefte om een Grand Tour te ondernemen of kuuroorden te bezoeken. Zij gingen anderen voor bij het bezoeken van plaatsen als Brighton, Weymouth en Torquay. En zij waren het ook die als eersten de kuststeden in Italië bezochten of de

74 Advertentie, ‘Aanbeveling’, *Het Nieuws van den Dag*: kleine courant, 13-07-1881.

antieke bezienswaardigheden van Griekenland en die het ‘winterseizoen’ aan de Franse Riviera en Luxor in Egypte deden ontwikkelen.⁷⁵ De elite zou zich van de nieuwe reizigers willen onderscheiden en dat ten dele doen door het introduceren van nieuwe (verdere en dus vooral duurdere) reisbestemmingen. Onderzoekers Claudia Bell en John Lyall concluderen om die reden, in navolging van de Franse socioloog Pierre Bourdieu, dat daardoor dan ook geen sprake is van democratisering van het reizen, maar dat het toerisme de sterke klassenscheidingen juist bevestigde. Een groeiend aantal personen kon zich dit soort dure vrijetijdsbesteding veroorloven, maar voor een groot deel van de bevolking was het nog altijd niet mogelijk. Dat zorgde dat met toerisme een sociale status kon worden gekocht.⁷⁶

Er zijn te weinig aanwijzingen om al te kunnen bepalen of Lissone bij het vaststellen van zijn reisbestemmingen nadrukkelijk trendvolgend was of dat hij onafhankelijk daarvan ook zijn eigen reisdoelen bepaalde. Er is in zijn reisaanbod wel een duidelijke ontwikkeling zichtbaar, van korte reises naar Londen, Wight, Schotland en Parijs naar langere reizen als naar Italië, Scandinavië en Amerika, maar die is voor een groot deel mede toe te schrijven aan de groei van het bedrijf. Wel is het zo dat de kortere reizen vaker op het programma stonden dan de grotere, verdere reizen. Naar Londen (en omgeving) bijvoorbeeld vertrok uiteindelijk zelfs bijna wekelijks een reis. Er lijkt daarom voor dit soort kortere reises een relatief grote belangstelling te zijn geweest.

De ‘oude heer Lissone’ stond volgens Schuil dan wel bekend als ‘een “geboeren” reiziger en een allergezelligst causeur,’ maar Lissone was natuurlijk bovenal een zakenman die zijn beslissingen vooral zou laten leiden door de vraag hoe dat zijn onderneming ten goede zou komen.⁷⁷ Het staat buiten kijf dat hij zijn beslissingen vast niet in eerste instantie zou laten leiden door de trends bij de elite, maar vooral door de vraag of naar een bepaald soort reis of reisbestemming voldoende vraag zou kunnen bestaan, om die winstgevend te kunnen exploiteren. Zoals elk goed zakenman zullen hij en zijn zoon dus wel degelijk ingespeeld hebben op de wensen die bij het reizigerspubliek speelden, maar dat vast niet beperkt hebben tot de elite, getuige bijvoorbeeld de goedkopere versies die hij van bepaalde reizen aanbood.

Conclusie

In 1926 stelde zoon en opvolger Jacques Lissone dat zijn vader ‘door zijn onderneming eene groote motor [is] geweest om de Nederlanders tot reizen aan te sporen’. In de eerste jaren van het bureau, toen er nog geen andere grote reisbureau’s of reisorganisaties bestonden, was het volgens hem de verdienste

⁷⁵ Bill Cormack, *A history of holidays, 1812-1990* (1998) 36-37.

⁷⁶ Claudia Bell en John Lyall, *The accelerated sublime. Landscape, tourism and identity* (Westport, Connecticut 2001), 11 en Cormack, *A history of holidays*, 4.

⁷⁷ Schuil, ‘Vijftig jaar toerisme’.

van zijn vader, dat hij 'het Nederlandsche volk minder hokvast en meer wereldburger' had gemaakt.⁷⁸ De reisorganisatie Lissone & Zoon in het algemeen en Jacobus en Jacques in het bijzonder kunnen diverse ontwikkelingen in de Nederlandse reiscultuur worden toegeschreven. Ze hebben de Nederlanders reislustiger gemaakt en bekender met het buitenland. Omgekeerd hebben ze – een aspect dat in dit artikel niet aan de orde kon worden gesteld – Nederland op de kaart gezet bij het buitenland en bijgedragen aan het toerisme hier te lande. Ze hielpen alleenreizenden, vrouwen, buitenlanders en Indië-reizigers tijdens de oorlog. Maar bovenal hebben ze de weg vrijgemaakt voor honderden reisbureau's die hen in de twintigste eeuw zouden volgen. Lissone & Zoon was, zoals Schuil in het openingscitaat al aangaf, een pionier, het allereerste Nederlandse reisbureau, en heeft op die manier een nieuwe Nederlandse bedrijfstak in het leven geroepen.

Lissone's onderneming is om die reden een goede ingang voor de geschiedenis van de Nederlandse gezelschapsreizen, eind negentiende en begin twintigste eeuw. De aanwezige bronnen bieden interessante inzichten in het reisgedrag van de Nederlander in deze periode. Welke bestemmingen waren populair? En onder welke groepen mensen? Waren er bepaalde trends te onderscheiden en kenden die bepaalde drijfveren? Dit artikel heeft een eerste verkenning geboden van de vele bronnen die met betrekking tot Lissone beschikbaar zijn. Veel moet nog nader worden onderzocht van de duizenden advertenties en artikelen in kranten en andere bladen in digitale archieven als die van de Koninklijke Bibliotheek, de vele jaargangen van Lissone's tijdschriften in het archief van de TUI en de verzameling documenten in het archief van Lissone's nazaten. De bronnen die tot nu toe zijn onderzocht lichten slechts een tipje van de sluier op van het publiek dat Lissone's reisbureau aan het reizen bracht.

Uit de bestudeerde gegevens ontstaat het beeld dat het overgrote deel van Lissone's reizen nog altijd voorbehouden bleef aan de elite en dat van een democratisering van het reizen meer gesproken moet worden in de zin van een 'democratisering in de breedte', dan in de zin van een substantiële 'democratisering naar beneden'. Uiteraard was de deelname aan reisjes als die naar Londen, gezien de prijs ervan, wel voor een grotere groep haalbaar, maar van 'massatoerisme' zoals de historiografie ons vaak heeft willen doen geloven was, althans bij reisbureau Lissone, beslist nog geen sprake. Deze resultaten sluiten aan bij het beeld, dat mede uit onderzoeken als die van onder meer Furlough, Kopper en Kaiserfeld naar voren komt en waarin het moderne massatoerisme pas stilletjes aan ingang vond in de jaren 1950 en 1960. Toch is het niet zo, dat Lissone's activiteiten helemaal niet tot een groei van reizigers zouden hebben geleid. Integendeel, veel van de kooplieden, ambtenaren en journalisten die deel uitmaakten van Lissone's reispubliek zouden eerder in de negentiende eeuw waarschijnlijk niet in staat zijn geweest om een Grand Tour te ondernemen of op een andere manier zelfstandig op reis te gaan. En het bureau maakte

78 Jacques Lissone, 'De eerste vijftig jaar', 28-29.

het reizen eveneens gemakkelijker voor vrouwen en ouderen; beiden groepen met veel vrije tijd. Het ontbreekt vooralsnog aan gegevens die dat onomstotelijk aantonen, maar het lijkt erop dat zij dat ook inderdaad meer en frequenter gingen doen.

Anke Stegehuis behaalde in 2012 haar master cultuurgeschiedenis aan de Universiteit van Amsterdam. Haar interesses betreffen voornamelijk de geschiedenis van het reizen en toerisme aan het eind van de negentiende en begin van de twintigste eeuw – wat ook het onderwerp vormde van haar masterscriptie. Daarnaast houdt ze zich bezig met onder meer contactadvertenties in diezelfde periode (blog: <http://geheime-geliefden.tumblr.com/>).

Correspondentieadres: Sacramentsstraat 18, 8911 GK Leeuwarden. E-mail: a.m.steghuis@gmail.com.

Bijlage: de inkomensgroepen in Haarlem, 1890 en 1912

Voor tabel 1-5 is gebruik gemaakt van de inkomensstratificatie van Haarlem die Bou-dien de Vries construeerde op basis van het *Kohier van de Plaatselijke Directe Be-lastingen*. Hoewel de stratificatie naar inkomen niet naadloos correspondeert met de stratificatie naar beroep, kunnen we bij de genoemde inkomensgroepen in grote lijnen denken aan de volgende beroepen:

1. Armen

Mensen met onzekere inkomens als losse werklieden, ongeschoolde fabrieksarbeiders en -arbeidsters, sjouwers, grondwerkers, venters, weduwen met een winkeltje of die als werkster aan de kost moesten komen. Tot deze groep behoorden ook veel bejaarden en mensen met vastere inkomens, zoals knechts in het ambacht, dienstboden, naaisters, koetsiers, ongeschoolde arbeiders in de bouw

2. Bovenste laag van de arbeiders en onderste laag van de kleine burgerij (Het “volk”)

a. Geschoolde arbeiders

Geschoolde arbeiders in drukkerijbedrijven, de metaalnijverheid en de bouw, en de kleine burgerij van winkeliers en winkeliersters, ambachtslieden zonder personeel, zoals timmerlieden, smeden, schilders

b. Onderste laag kleine burgerij

Ambachtsbazen zoals meesterkleermakers en meestersmeden met een paar man personeel, (banket)bakkers en slaggers, winkeliers en kooplieden in groenten, aardappelen, manufacturen, meubels en aardewerk, kroegbazen, lagere beampten en hoofdarbeiders zoals politieagenten, onderwijzers en onderwijzeressen, boekhouders en kantoorbedienden, in 1912 ook vrouwen in kantoorbanen.

3. Kerngroep van de kleine burgerij

Kooplieden en winkeliers in luxere artikelen zoals comestibles en fruit, parfumerieën, antiek, geen ambachtslieden meer, behalve grote timmerbazen en eigenaren van betere koffiehuisen en logementen, jongere leraren en leraressen in het middelbaar onderwijs, hoofdonderwijzers, ambtenaren, zoals hoofdopzichter van gemeentewerken, kleine renteniers.

4. Bovenste laag kleine burgerij en onderste laag van de elite

Grotendeels dezelfde beroepen als die van de vorige groep, maar met hogere inkomens, plus de onderste laag van de elite: leraren en rector van het gymnasium, jongere leden van de elite zoals artsen, notarissen, commissionairs en predikanten, daarnaast renteniers.

5. Elite of gegoede burgerij

Notarissen en advocaten met eigen kantoor, ingenieurs, architecten, predikanten, grote ondernemers, rijke kooplieden, bankdirecteuren, hoge ambtenaren en bestuurders (burgemeester, wethouder, dijkgraaf), rechters, renteniers.

Bron: Boudien de Vries, *Een stad vol lezers. Leescultuur in Haarlem, 1850-1890* (Nijmegen 2011) 208-209.