

## Deel 1 Historie van het winkelbedrijf in Leiden

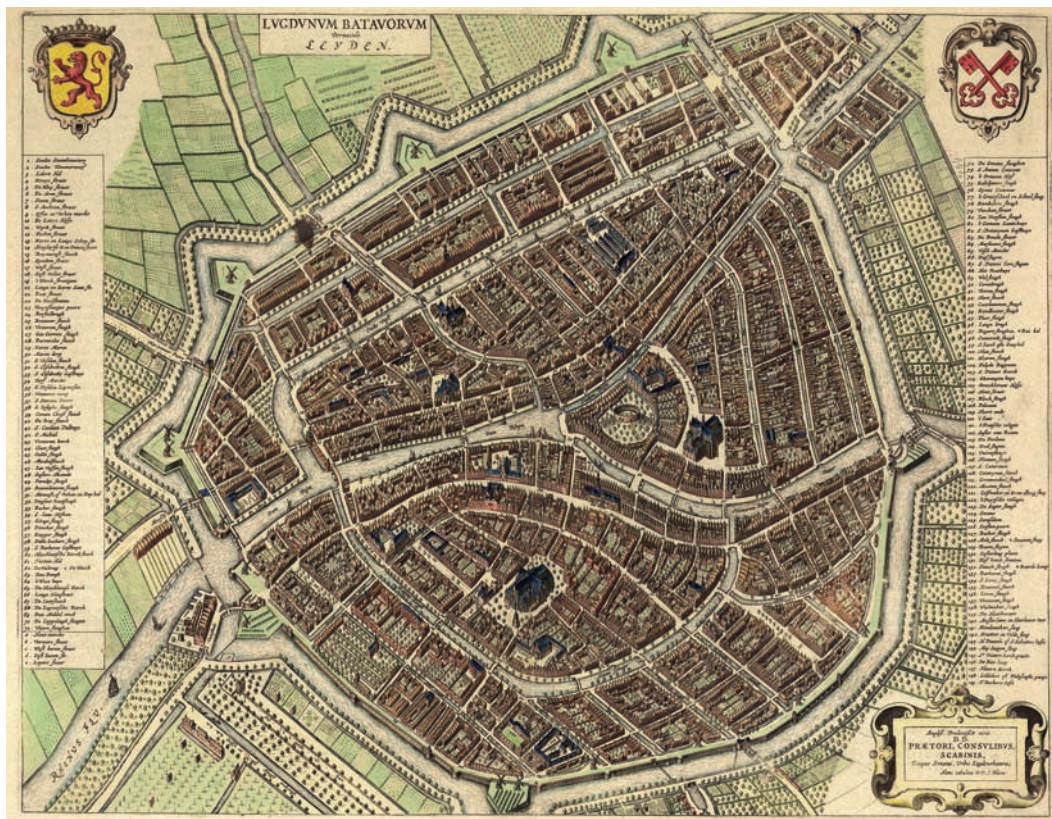
### 1.1. Chronologisch overzicht van winkels en winkelpuien in Leiden

Al eeuwenlang is Leiden het centrum van de detailhandel in het Rijnland. Verspreid over de binnenstad bevinden zich talloze eenvoudige en luxe buurtwinkels, ateliers, speciaalzaken en warenhuizen, die samen het economische hart van de stad vormen. Van een marktplaats langs grachten en bruggen is Leiden in de loop der tijd uitgegroeid tot een regionale winkelstad met een grote diversiteit aan zaken langs toegangswegen, winkelstraten en tussenliggende stegen.

Afzonderlijke ruimten van waaruit artikelen werden verkocht, bestonden al ten tijde van het Ro-

meinse Rijk. Behalve overdekte markthallen waren de benedenverdiepingen van woonhuizen in gebruik als werkplaats en verkooppunt van goederen en waren. Van een fraaie uitstalling van producten was nog geen sprake; de 'winkels' dienden vooral als opslag- en verkoopruimte. Voorbeelden hiervan in Rome dateren al uit de tweede eeuw voor Christus. In Nederland werd hoofdzakelijk op markten handelgedreven en bleven de huizen vooral in gebruik als woon- en bedrijfsruimte.

In Leiden werd tot en met de middeleeuwen slechts op beperkte schaal handelgedreven. Vanwege de beperkte afmetingen van de waterpoorten konden tot het einde van de zestiende eeuw alleen maar kleine vletten de stad binnen-



3 Stadsplattegrond van Leiden uit 1649 door J. Blaeu.

### Winkel

In de zeventiende eeuw werden verkoopruimten op de begane grond van een huis al aangeduid als winkel of *winkel*, dat oorspronkelijk 'hoek' betekende.

Etymologisch verwijst de vroege betekenis van 'winkel' naar de hoek waar de koopwaar was opgesteld. Een mogelijke verklaring is het verband met hoeken van straten, waar winkels zich later veel bevonden. Het is ook denkbaar dat het woord betrekking heeft op de hoek die gevormd wordt door de steunberen en muren van grote kerken, plaatsen waar in de vroegste tijd de marktkramen werden opgesteld. Van Dale definieert het begrip winkel als 'gebouw, huis of gedeelte daarvan waar koopwaren in het klein verkocht worden.'

varen, waardoor de aanvoer van goederen beperkt bleef. Toen Leiden in de zeventiende eeuw beter bereikbaar werd voor grotere schepen met 'staande masten' nam de handel en bedrijvigheid toe en kreeg de stad een belangrijke regiofunctie. Er ontstond een groot aantal verschillende markten, waar vooral de dagelijkse levensbehoeften werden verhandeld. Veel huidige straatnamen verwijzen daar nog naar: de Turfmarkt, de Vismarkt, de Aalmarkt.

Het winkel- en marktcentrum ontwikkelde zich in het hart van de stad, op de aangeplempte gronden van de Rijn. Het gebied rond de Waag vormde al in de zestiende eeuw het handelscentrum van Leiden. Hier werden tal van goederen gewogen, en eromheen verrezen herbergen waar transacties gesloten en schulden vereffend werden. De vele marktbezoekers vormden een aantrekkelijke klantengroep voor winkeliers. Rond de markten en doorgaande straten als de Breestraat en Haar-



4 Markt op de Hoogstraat in 1934.



5 Gezicht op de Waag en Aalmarkt in 1748, tekening door P. Cattel.

lemmerstraat vestigden zich daarom ook al vroeg verschillende neringdoenden.

Vanwege de toenemende drukte begonnen veel handelaren in die tijd hun woonhuizen als winkel te gebruiken. Het voorhuis werd ingericht als werk- en verkoopplaats. De klanten konden zo zien hoe de producten vervaardigd werden en of ze wel aan de gewenste kwaliteit voldeden. Het gebruik van pothuizen en kelders voor handelsdoeleinden, zoals bekend uit Amsterdam, Utrecht en Den Bosch, bleef in Leiden beperkt.

Een aantal panden aan en rond de Breesstraat was wel voorzien van grote kelders, die ook vanaf de straat toegankelijk waren. Deze kelders, zoals die van Breesstraat 95 en Langebrug 55, hebben waarschijnlijk gediend voor handel en opslag. Pothuizen zijn nog te vinden in de Kraaierstraat en aan de Oude Varkensmarkt, maar of deze ook als handelsruimte zijn gebruikt, is onbekend.

Het aanbod van de 'winkel' bestond vooral uit luxe- dan wel duurzame goederen, veelal op bestelling door ambachtslieden zelf gemaakt. Door de tijdrovende productie en de beperkte vraag bleven de bedrijven klein.

Volgens een volkstelling in 1581 waren er in die periode rond het marktgebied in Leiden meerdere bakkers, lakenbereiders, korenverkopers, kruideniers, schoenmakers, lepelmakers, tingieters, goudsmeden, koperslagers, een apotheker, een warmoesman (groenteboer) een glasverkoper, een kousenmaker, een handschoenmaker, een *cræmster* (vroedvrouw) en messenmakers.

Vanaf de zestiende eeuw functioneerde Leiden meer en meer als knooppunt in het regionale en interregionale handelsverkeer. Dit was van groot belang voor de lokale economie en de opkomst van het vroegste winkelbestand. De vele reizigers, handelaren en bezoekers vormden namelijk een belangrijke bron van inkomsten. De stad had een goede infrastructuur en een uitgebreid net van veerdiensten, trekschuiten en later stoomschepen, spoorlijnen, en tramverbindingen. Door de goede verbindingen met het Rijnland was Leiden voor bewoners uit de regio makkelijk bereikbaar. Daarom waren de vele winkels niet alleen in het stadscentrum, maar ook langs de belangrijkste toevoerwegen zoals de Steenstraat, de Lange Mare, Doezastraat en de Hogewoerd te vinden.



6 Winkelpanden op de Prinsessekade, voorheen de Paardensteeg, in 1909.

Ambachtslieden die hetzelfde beroep uitoefenden, hadden zich meestal georganiseerd in vakverenigingen, de gilden. Deze gilden hadden eeuwenlang een monopoliepositie, verdeelden de markt onderling en bepaalden centraal de prijzen. Doordat zij zowel de onderlinge concurrentie als de concurrentie van buitenaf strikt reguleerden, was vrije vestiging van nieuwe beroepsgenoten tot aan de negentiende eeuw vrijwel uitgesloten. Kleinschalige bedrijfjes waren over het algemeen speciaalzaken en veelal gevestigd in de buurt van collega-bedrijven. Een straatnaam als de Mandenmakerssteeg verwijst bijvoorbeeld nog naar zo'n clustering van bedrijven.

De Franse Revolutie en de daaropvolgende napoleontische tijd maakten een einde aan het gildesysteem. Nederland kreeg in 1798 'het beginsel van vrijheid van beroep en bedrijf'. In Leiden werden de gilden tussen 1798 en 1810 afgeschaft, waarna gemengde winkelgebieden ontstonden met een gevarieerd aanbod aan producten. De eerste winkels hadden nog een sterk ambachtelijk karakter, zoals de slager en kruidenier, maar er kwamen bijvoorbeeld ook zelfstandige boekhandels, die niet meer verbonden waren aan één uitgever of drukkerij. Een voorbeeld hiervan was de boekwinkel Van de Heuvell & Van Santen uit 1837, gevestigd op Breestraat 49.

Na een lange periode van economische neergang wist Leiden zich na 1815 als fabrieksstad te profileren, onder andere door de vroege introductie van stoommachines en de mogelijkheden van eigen verlichting door gaslicht. De fabriekscomplexen besloegen steeds grotere delen van Leiden en de werkgelegenheid groeide sterk. Nieuwe arbeidskrachten waren nodig, en meer mensen trokken van elders naar de stad om aan de slag te gaan in de verschillende industrieën. Handel en middenstand profiteerden uiteraard van al deze extra consumenten. Om de uitdijende industrieën en groeiende bevolking te huisvesten, was uitbreiding van de stad nodig, maar pas in 1896 bood de annexatie van grondgebieden van de omliggende gemeenten Oegstgeest en Zoeterwoude de gelegenheid hiertoe.

De bloei van de Leidse nijverheid en de voorspoedige economische ontwikkelingen in Nederland in het algemeen leidden voor velen tot een stijging van de koopkracht. De nieuw ontstane middenklasse van klerken, kantoorbedienden, technici en ambtenaren joeg de vraag naar producten aan en zorgde voor een toenemende groei van handel en consumptie. Een en ander leidde tot de opkomst van een nieuwe functie, de tussenhandelaar, en de behoefte aan vaste verkooppunten: de winkel. De verkoop van goederen kwam even-

wel net als op de markt nog tot stand door loven en bieden en de dagelijkse levensmiddelen werden veelal op krediet gekocht.

Voor de eerste winkeliers was het hard werken geblazen. Ze maakten lange dagen: de zaak diende vrijwel altijd geopend te zijn om klanten te behouden. Dit werd pas anders na wettelijke regelingen in de twintigste eeuw, waaronder de zondagsluiting in 1932.

Met het toenemen van de welstand ontstond vooral bij de hogere middenklasse de behoefte aan luxegoederen. De hoffelijke, maar dwingende verkoopmethoden die de winkeliers aan de dag legden, waren in die tijd echter voor velen een belemmering om binnen te lopen. Etalages beston-

den nog niet, vrijblijvend even rondkijken was niet mogelijk. Reizigers konden echter zien hoe de *beau monde* in het buitenland inkopen deed, hoe anders het er daar aan toe ging. In Frankrijk en later ook in Engeland en Duitsland ontstonden aan het eind van de achttiende eeuw de passages: overdekte ruimten met aaneengeschakelde winkels langs een monumentale doorloop. De verschillende, vooral duurere winkels waren voorzien van etalages met glazen panelen, waardoor de potentiële klant goed zicht had op de producten. Bezoek aan de winkelpassages bood gelegenheid voor sociale contacten en werd in de negentiende eeuw een vorm van vrijetijdsbesteding voor de betere standen.

### Warenhuis De Zon

Warenhuis De Zon, het filiaal van Vroom & Dreesmann aan de Aalmarkt nr. 28, werd op 7 maart 1903 om 19.00 uur geopend. Dit was geen ongebruikelijk tijdstip aangezien de winkels in die tijd op doordeweekse dagen tot 22.00 uur open waren, op zaterdag zelfs tot 23.00 uur. De begane grond van het pand werd gebruikt als winkel, op de eerste verdieping woonde de directeur met zijn gezin en op de tweede verdieping sliep het personeel. De naam De Zon werd aan het eind van de negentiende eeuw in Leiden vaker gebruikt voor winkels, warenhuizen en magazijnen: onder andere Manufactuurmagazijn De Zon van N.C. Kuijper, Haarlemmerstraat 172/174, momenteel onderdeel van kledinggigant Hennes en Mauritz, en de spiegel- en plaathandel De Zon van N. van Thijn, Haarlemmerstraat 132. Omdat verschillende bedrijven dezelfde naam droegen, dienden zij zich op een of andere wijze te onderscheiden. Dat deden zij bijvoorbeeld via krantenadvertenties in de *Leydse Courant* en het *Leidsch Dagblad*. Zo stond in de advertenties van N.C. Kuijper stevast de toevoeging 'men lette op adres en naam!'



7 Winkelpand 'De Zon' van Vroom & Dreesmann, Aalmarkt 26-29, in 1904.



8 Etalage omstreeks 1950 van de nog steeds bestaande drogisterij Boerhaave, Haarlemmerstraat 68.

Parijs liep voorop. Daar werd in 1852 een warenhuis geopend dat zorgde voor een ware revolutie in het winkelen. De talloze artikelen werden aangeboden tegen vooraf vastgestelde prijzen. Bovendien konden klanten zonder enige verplichting binnenlopen en de koopwaar bekijken. De winkel straalde een grandeur uit die de consument uitnodigde tot een bezoek.

Deze succesvolle en drempelverlagende strategie werd uiteindelijk ook in Nederland ontdekt. In 1903 opende Manufacturenhandel Vroom & Dreesmann een filiaal op de Aalmarkt en was daarmee het eerste warenhuis in Leiden: De Zon (afb. 7).

De nieuwe manier van verkoop met vaste prijzen sloeg goed aan; ook andere winkels gingen ertoe over. Mede hierdoor ontstond bij het grote publiek de gewoonte tot het bekijken van in de etalage uitgestalde goederen zonder dat men direct van plan was iets te kopen: het 'winkelen'.

De relatie tussen de ambachtelijke productie en de verkoop van waren nam af als gevolg van de industrialisatie. Voor nieuwe kleding hoefde men



9 Personeel in de winkel van Peek & Cloppenburg in de Breestraat omstreeks 1935,



10 Winkelpand van de firma Gerzon in de Breestraat bij avond in 1934.

voortaan niet meer eerst op zoek naar stoffen, garen, band en lintjes om daar vervolgens door de kleermaker of kostuumnaaister een pak of japon van te laten maken, maar men kon naar een manufacturenwinkel, die een uitgebreide collectie confectiekleding in voorraad had. Het overgrote deel van de bevolking kon zich echter geen maatkleding veroorloven, en moest kleding tweedehands kopen of zelf maken. Dankzij de komst van goedkope confectiekleding werd modieuze kleding echter ook voor de gewone man betaalbaar. Er ontstonden ook steeds meer alternatieven voor de markthandel, omdat bijvoorbeeld kruideniers begonnen met het verkopen van industrieel geproduceerde artikelen zoals conserven en zeepproducten. In Leiden ontstonden tussen 1850 en 1900 vele nieuwe bedrijfstakingen. Zo begon apotheker N.J. Sanders in 1851 in zijn kelder aan het Levendaal een zeepziederij die landelijke bekendheid kreeg en uitgroeide tot Koninklijke Sanders NV. Vanwege de goedkope massaproductie groeide de kledingindustrie echter het hardst van

allemaal. Kende Leiden in 1899 nog 58 manufacturenhandelaren, in 1900 was dit aantal al gegroeid tot 64 en in 1904 tot 70. Dit is af te leiden uit het aantal krantenadvertenties en vermeldingen in adresboeken. Manufacturen zijn (hand)geweven wollen, katoenen, linnen en zijden stoffen en handgemaakte artikelen zoals beddengoed, (over)hemden, kinderjurkjes, nachtponnen en rokken. Behalve deze manufacturenhandelaren waren er in Leiden ook nog 'negentien winkeliers in fournituren (garen en band), negentien handelaren in kleederen, acht winkels in gemaakte goederen, dertig kleermakers, meerdere mantelmagazijnen en veertien beddenmakers'.

Om de aandacht van de voorbijgangers te trekken en deze te verleiden tot het kopen van zijn artikelen, probeerde de winkelier zijn waren zo aantrekkelijk mogelijk te presenteren. De etalage moest laten zien wat er in de winkel te koop was en werd zorgvuldig ingericht (afb. 8); aanvaardbaar in eenvoudige etalagekasten, maar al snel in



11 Filiaal van Albert Heijn in de voormalige grutterij 'De Koperen Maat', Haarlemmerstraat 188 met hoek Vrouwensteeg, begin twintigste eeuw.

steeds groter wordende etalagekozijnen in afzonderlijke winkelpuien.

Aan het eind van de negentiende eeuw gingen de winkeliers zich meer en meer richten op eigen doelgroepen. De deftige Breestraat werd de winkelstraat voor de rijkere kringen met bijvoorbeeld het modemagazijn van de firma Gerzon (afb. 10) dat zich hier in 1881 vestigde, en Maison de Pellerie van de familie Müller. De benedenverdiepingen van de grote stadswoningen leenden zich goed als winkelruimten en menige voorgevel werd gesierd met een monumentale winkelpui

met veel glas en dure materialen.

In de Haarlemmerstraat waren de winkelpuien soberder uitgevoerd en de winkels ingericht voor de dagelijkse boodschappen van de middenklasse. Grootgrutter Albert Heijn opende niet voor niets rond 1907 zijn 35ste filiaal aan de Haarlemmerstraat nr. 188, op de hoek met de Bouwelouwesteeg (afb. 11). Fabrieksarbeiders en werklie-den gingen naar de eenvoudige buurtwinkels in de Groenesteeg en Janvossensteeg waar het eerder vermelde kredietsysteem nog lang van kracht bleef. Deze klassenscheiding is tot op de dag van

### Kredietsysteem

Vanwege de beperkte liquide middelen bleef 'winkelen' voor velen lange tijd beperkt tot een beperkt aantal vaste verkooppunten. Tot ver in de twintigste eeuw kochten consumenten goederen en producten bij een lokale winkel waar eens per week of per maand kon worden afgerekend. Dit kopen op krediet bond de klant aan het bedrijf, en de sociale controle voorkwam dat hij overliep naar een andere winkelier. Het betekende echter ook dat de winkelier altijd geld had uitstaan. Daardoor kon hij slechts beperkt investeren en was hij zelf ook gebonden aan het krediet van zijn leveranciers. Door deze slechte onderhandelingspositie moesten de goederen relatief duur ingekocht worden en bleven de verkoopprijzen in de winkel hoog. De winkelier rekende tevens hoge prijzen om het risico van wanbetalers te compenseren en kon hierdoor nauwelijks concurreren, zodat zijn klantenkring beperkt bleef. De prijzen in de buurtwinkels lagen door dit systeem soms hoger dan in de chiquere burgermanszaken waar di-

rect afgerekend moest worden.

Een ander gevolg van de beperkte concurrentie was geringe aandacht voor interieur en uiterlijk van de winkel. Een winkel bestond in die tijd voornamelijk uit een opslagruimte met artikelen in dozen en grote stellingkasten (afb. 12). De geslo-



12 Het winkelinterieur van Koffie en Theehandel 'Het Klaverblad' aan de Hogewoerd 15 in 1952.

ten laden en deurtjes van deze zogenaamde apothekerskasten mochten alleen door het personeel geopend worden. Men was dus afhankelijk van wat de winkelier aanbood en de prijs kwam via loven en bieden tot stand. Van 'gezellig' winkelen was geen sprake.

In de loop van de negentiende eeuw stapte vooral de manufacturenbranche af van het kredietsysteem en werd contante betaling ingevoerd. Door dit proces verdween het 'poffen' van de kleine winkelier, hoewel deze uit angst om klanten kwijt te raken het kopen op krediet nog lang handhaafde.



13 Winkelinterieur van het winkeltje van Cato Brandt op de Oude Varkensmarkt in 1985.

vandaag nog terug te zien in het aanbod van de winkels en de uitstraling van deze winkelstraten.

De pui speelde en speelt een zeer belangrijke rol bij het winkelen. Ligging, vorm, indeling en kleurgebruik zijn, in combinatie met de etalage, bepalend voor de uitstraling van de winkel en vormen het visitekaartje voor het publiek. Om de aandacht te blijven trekken, worden winkelpuien en etalages regelmatig vernieuwd. Winkels zijn bijzonder modegevoelig. Geen andere vorm van architectuur is zo tijdsgebonden en aan

wijzigingen onderhevig als die van winkels. Door de voortdurende vernieuwingen zijn oorspronkelijke winkelpuien inmiddels schaars geworden. De winkeliers vechten om aandacht van de consument en volgen daarmee vaak de waan van de dag. Deze trend is terug te zien in het uiterlijk van moderne winkels, ook die in Leiden. Het gevolg is een aaneenschakeling van gelijksoortige panden, gevelbrede winkelpuien en nadrukkelijk aanwezige reclames die het stadsbeeld bepalen. Om meer winkelruimte te realiseren, verwijderde men de afzonderlijke woningtoegangen en kwa-

men de bovenwoningen leeg te staan. Met name in de Haarlemmerstraat is de samenhang tussen wonen en winkelen grotendeels verdwenen. Hier komt de leefbaarheid van de binnenstad onder druk te staan. Halverwege de jaren zeventig van de vorige eeuw waren in de jaarlijkse overzichten van het Leids Jaarboekje de eerste klaagzangen te lezen over kwaliteit en uitstraling van de nieuwe winkelpuien en het effect hiervan op de binnenstad.

Ondanks de opkomst van internetwinkelen is winkelen 'in de stad' voor de moderne consument nog steeds een populaire vrijetijdsbesteding. Winkels en winkelbedrijven moeten echter con-

curreren met pretparken en evenementen om bezoekers te lokken. De samenhang van de verschillende winkels in de binnenstad en de uitstraling van de individuele winkelpuien behoren tot de trekpleisters van Leiden. Daardoor ontstaat het besef dat een winkelpui méér is dan een reclameobject voor een product of winkel. Het karakter van een pui is niet alleen bepalend voor de uitstraling van de winkel, maar ook van grote invloed op de erboven liggende gevel en op het gehele straatbeeld. Opwaardering of vernieuwing van storende winkelpuien in het stadsbeeld is daarom noodzakelijk. Leiden moet weer in de Etalage!

## 1.2 De Leidse winkel en winkelpui nader bekeken

### Winkelen in de open lucht: de markt

De oudste plek om te 'winkelen' was de markt, tot ver in de negentiende eeuw de belangrijkste plaats voor de detailhandel. Daar Leiden een grachtenstad is met weinig pleinen, worden de markten al eeuwenlang gehouden langs de binnengrachten en vooral op de verbrede kaden en bruggen zoals de Hoogstraat, de Visbrug en de overdekte Koornbrug of Koornbeursbrug. Vanaf 1575 vond de markt voor zeevis achter het stadhuis plaats, op de plek die nu toepasselijk vismarkt heet. Aan deze vismarkt grensde in die tijd ook de warmoes(groente)markt, die liep tot de Koornbrug, de plaats van de korenmarkt. Tussen deze brug en de Karnemelksbrug, de huidige Botermarkt, werden in de zestiende eeuw pluimvee, zuivel, boter, kaas en melk verhandeld. Aan de overzijde van de Rijnouever stonden de smeden, kuipers en mandenmakers. Van de Koornbrug tot de Karnemelksbrug stalden de verkopers van appels en peren hun waren uit, daarnaast werden magere varkens verhandeld. Vanaf 1832 mocht vlees onder bepaalde voorwaarden in particuliere winkels worden verkocht. Leiden had al sinds het begin van de vijftiende eeuw

een vleeshal naast het stadhuis in de Breestraat en aan de overkant een penshal. De Penshalpoortjes in de Breestraat en de Langebrug vormen de restanten hiervan.

Het marktgebied besloeg gedurende eeuwen een groot deel van de binnenstad. In 1850 waren er rond de Nieuwe Rijn ongeveer vijftien markten gevestigd, waaronder vis-, kleding-, vogel-, zaad-, schoenen-, stoelen-, ijzerwaren- en fruitmarkten. Op de Oude Singel werden de dagelijkse groenten verhandeld. Door de ontwikkeling van de conserverindustrie namen de groente- en fruitmarkten in Leiden in de negentiende eeuw sterk in omvang toe.

Verder waren er markten voor stoelen, manden en oud ijzer op de Hooigracht en was er een markt voor houten klompen op de Hooglandse Kerkgracht. In de boterhal achter de Waag werd tot het begin van de twintigste eeuw op zaterdag de wekelijkse botermarkt gehouden en vanaf 1867 ook de kaasmarkt.

Vanwege zijn belangrijke regiofunctie in het Rijnland had Leiden in het verleden altijd uitgebreide markten. Voor de dagelijkse boodschappen waren er vrijwel dagelijks diverse versmarkten. De jaarmarkten waren meer gericht op de detailhandel van duurzame producten en luxeartikelen. De vlooiën- of rommelmarkten dienden vooral de ar-



14 Marskramer Marinus Antonie van Ulden (1852-1930) met zijn hondenkar in 1900.



15 Voorbeeld van een luifel en verticaal uitgeklapte buitenluiken in Oudewater.

mere bevolkingsgroepen – tegenwoordig zijn deze voor iedereen een geliefde vrijetijdsbesteding. De bepalende rol van markten in Leiden is inmiddels overgenomen door de winkels, maar de wekelijkse markten in de stad worden nog altijd druk bezocht. Deze zijn te vinden op de Vismarkt en langs de Nieuwe Rijn tussen de Karnemelksbrug en de Hoogstraat: een historische marktlocatie.

#### Van luik naar luifel: winkelhuizen

De verkoop van uiteenlopende goederen was in vroeger tijden vooral in handen van straathandelaars. Zij vervoerden hun waar op de rug of met karren en beschikten soms over kleine kraampjes of stalletjes waar de handel plaatsvond (afb. 14). Verder werd ook veel handel gedreven vóór de huizen in de stad. De voorkamer of het voorhuis van de woning was in gebruik als werkplaats of atelier en de veelal zelfgemaakte producten werden ter plaatse verkocht. De openbare straat en de stoep vormden het winkelgebied waar de handelswaar werd uitgesteld, veelal op losse toon-



16 Winkelhuizen met luifels en buitenluiken op het Luttik Oudorp in Alkmaar omstreeks 1869.



17 Gezicht op de Aalmarkt in 1753: de winkels hebben vaste luifels en er is handel op straat. Detail uit een tekening van J. de Beyer.

banken voor het huis of op neergeklapte luiken van de houten onderpui in de voorgevel. Omdat in veel middeleeuwse huizen zowel gewoond als gewerkt moest worden, was er behoefte aan veel daglicht. De houten gevels werden opgebouwd uit een stijl en regelwerk, waardoor rechthoekige vakken ontstonden die naar believen konden worden ingevuld. Vanwege de hoogte werden de houten puien met kozijnstijlen en dorpels in vakken verdeeld. De bovenste vakken werden in het algemeen voorzien van glas-in-loodbeglazing; via de onderste, die geheel open waren, had men contact met de straat. Deze vakken konden worden afgesloten

met horizontaal of verticaal te draaien buitenluiken. Bij winkelhuizen werd het onderste luik in geopende, horizontale stand als toonbank gebruikt, waarbij het geopende luik daarboven bescherming bood tegen zon en regen. Soms werden ook luifels aangebracht aan de tussendorpels van de pui (afb. 15).

Door het drukke transport door de smalle straten werd de aanwezigheid van luifels en luiken in Leiden een steeds groter probleem. Over het gebruik van luifels en uitstallingen in onder andere de Maarsmansteeg en de Pieterskerkchoorsteeg bestonden in het begin van de vijftiende eeuw al veel klachten. Met verordeningen en keuren pro-

beerde het stadsbestuur het gebruik daarom steeds meer terug te dringen. In 1734 werd het herstel van bestaande luifels zelfs helemaal verboden en mochten geen nieuwe worden aangebracht. Voor de armenbakkerij op de Oude Rijn maakte men een uitzondering: deze luifel werd pas in 1926 afgebroken.

De grote puien besloegen de gehele begane grondverdieping van de voorgevel en werden uitgevoerd met een zware puibalk. Deze balk droeg tevens de eerste verdiepingvloer en vormde een onderdeel van het constructieve houtskelet van de panden. Zelfs bij de latere gemetselde voorgevels werden deze puibalken tot in de zeventiende eeuw toegepast en voorzien van profileringen of ornamenten.

Begin zeventiende eeuw veranderde het beeld van de onderpuien bij woon- en winkelhuizen. Steeds vaker werden de gevels, veelal op last van de overheid, geheel in steen uitgevoerd; de houten pui werd vervangen door losse raamkozijnen. Daardoor kreeg de ondergevel een meer gesloten karakter. Bij winkelhuizen bleef de houten onderpui langer in gebruik maar werden de losse luiken veelal vervangen door een vaste houten luifel, die enigszins achterover helde en aan stalen ankers hing, die waren bevestigd aan de puibalk. Overigens dienden luiken nog tot het eind van de negentiende eeuw als uitstalplaats bij winkelhuizen, vooral in Noord-Holland (afb. 16).

Hoewel dergelijke onderpuien, al dan niet met luifel, ook in Leiden veelvuldig voorkwamen, zijn er geen exemplaren bewaard gebleven. Ze zijn nog wel te zien op een schilderij van J. de Beyer uit 1753 met zicht op de Hoogstraat en Aalmarkt (afb. 17). Ook vandaag de dag nog worden winkelpuien voorzien van luifels, die de overgang vormen tussen buiten en binnen en zich goed lenen voor reclamedoelinden. Voorbijgangers kunnen zelfs met slecht weer de etalage bewonderen en zetten zo bij wijze van spreken al de eerste stap in de winkel. Met name Vroom & Dreesmann kent een lange traditie van etaleren. Vooral rond kersttijd gunt het publiek zich de tijd om onder de brede luifels de feestelijk ingerichte etalages te bewonderen.



18 Houten vitrinekast op buitenluiken in Alkmaar in ca. 1819. Detail uit een tekening van J.A. Crescent.

### Van buiten naar binnen: etalagekasten

Uit de eerder beschreven gevelopzet met grote houten onderpuien, buitenluiken en een luifel ontwikkelde zich in de achttiende eeuw een nieuwe methode voor het uitstallen van verkoopwaren. Door plaatsing van een houten raam tussen de luifel en de uitgeklapte luiken ontstond een van de buitenzijde afgesloten gedeelte waarin de producten toch zichtbaar bleven, een zogenoemd etalageraam. De winkelier kon op deze wijze zijn producten veilig uitstallen en beschermen tegen weer en wind. Aan het eind van elke werkdag werden de etalageramen weer verwijderd en de luiken gesloten.

Om te voorkomen dat zij telkens de etalage opnieuw moesten inrichten, plaatsten sommige winkeliers houten kastjes tussen de luiken. Afbeeldingen van dergelijke etalagekasten zijn zeldzaam; op een historische prent van Mient 8 te Alkmaar is een exemplaar te zien (afb. 18).

Mede door het gesloten karakter van de etalagekasten verplaatste de verkoop van goederen zich in de loop van de achttiende en negentiende eeuw langzaam maar zeker van de straat naar binnen. De werkruimte werd dus tevens winkelruimte, waarbij het van belang was klanten naar binnen



19 Etalagekast (zie pijl) bij Pieterskerkchoorsteeg 9 in 1927.



20 Eind negentiende eeuw had de Roggebroodbakkerij op Hooigracht 72 een etalagekast.

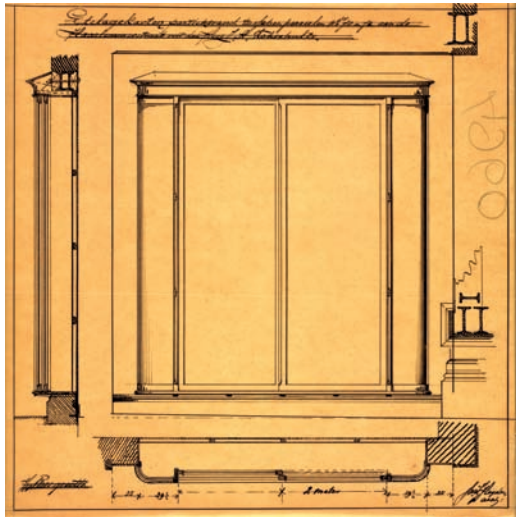


21 Naar binnen geplaatste entree bij een winkelpui in de Haarlemmerstraat omstreeks 1865.

te lokken. Veel houten onderpuien waren echter al vervangen door bakstenen ondergevels met een enkele deur en losse raamkozijnen. De puibalk bleef in veel gevallen nog gehandhaafd, maar luifels en luiken waren verdwenen en daarmee ook de mogelijkheid om waar uit te stallen. Ter compensatie zette men de toegangsdeur in het midden van de gevel uitnodigend open, en dat is ook voor het moderne winkelende publiek een vertrouwd beeld.

In Engeland ontstonden aan het eind van de achttiende eeuw naar voren uitgebouwde erkers met

rondom glas, die als vitrine van de winkelruimte werden gebruikt. Deze veelhoekige of afgeronde erkers waren een permanente vorm van etalagekasten en staken uit de gevel en kozijnen. Soms liepen ze door tot aan de houten puibalk of tot de onderzijde van de vensters op de eerste verdieping. Verdwenen voorbeelden van gesegmenteerde kasten in Leiden zijn Pieterskerkchoorsteeg 9, te zien op een foto uit 1927, en een in 1936 verwijderd exemplaar van een bakkerij op de Hooigracht nr. 72 (afb. 19, 20). Etalagekasten in Nederland waren vooral



22 Ontwerptekening voor etalagekasten voor Haarlemmerstraat 70-72 door architect J. van der Heijden in 1886.



23 De etalagekast van Nieuwe Rijn 4.

rechthoekig van vorm met aan de voor- en zijkan-  
ten ramen, bestaande uit kleine ruitjes tussen  
houten spijlen. Later werden de hoekstijlen van  
deze kasten veelal vervangen door metaal en  
werden de ruiten groter.

De plint onder de etalagekast bleef in eerste in-  
stantie in het gevelvlak staan en de kasten rustten  
op vrijstaande pootjes. Dit principe en de mid-



24a Winkelpui met dubbele etalagekasten op Botermarkt 26.



24b Gietijzeren detail van de etalagekast van Botermarkt 26.

dentoegang tussen twee etalagekasten waren terug te voeren op het oude systeem van openstaande luiken. De winkel kreeg een glazen toegangsdeur en een bovenlicht, zodat de klant steeds beter zicht had op de koopwaar.

De puibalken werden voorzien van een uitstekende, geprofileerde kroonlijst, soms direct onder de vensters op de eerste verdieping. Op de uitstekende etalagekasten werd aan de bovenzijde eveneens een lijst aangebracht. De profilering daarvan kwam soms overeen met die van de gevellijst, maar had vaak een eigen stijl.

De omljstingen van etalagekasten die in de negentiende eeuw werden gebouwd, liepen wel door in de puilijst. Zo werd de gevel meer een organisch geheel. De groter en zwaarder wordende kasten moesten vanwege het gewicht vaak op dichte plinten komen te staan. Bijkomend effect hiervan was dat het vloeroppervlak van de winkel werd vergroot en de kasten een onderdeel van de winkelruimte gingen vormen. Het entreekozijn werd iets naar binnen geplaatst zodat de etalagefunctie van de kasten optimaal kon worden benut. Deze gevelindeling is nog goed te zien op een foto van de Haarlemmerstraat uit 1865 (afb. 21).

De buiten het gevelvlak stekende etalagekasten, ook wel vitrine- of uitstalkasten genoemd, waren in Nederland vooral in de mode tussen 1840 en 1860, en in Leiden zelfs tot aan de laatste decennia van de negentiende eeuw. In enkele gevallen hadden deze uitstalkasten nog te openen delen in de oudste traditie, zoals de etalagekast van Haarlemmerstraat 72 uit 1886 van de bekende Leidse architect J. van der Heijden (afb. 22), maar meestal betrof het grotere, hoekige etalages op consoles of een plint. Nog bestaande voorbeelden zijn Nieuwe Rijn 4 en Botermarkt 26 (afb. 24a-b), beide uit 1885 en eveneens ontworpen door Van der Heijden. Nieuwe Rijn 4 werd wel het smalste pand van Leiden genoemd: 'amper een roe breed' (afb. 23).

### Sociaal trefpunt voor de gegoede klasse: passages

Hoewel nog niet overdekt, geldt de Galeries de Bois in Parijs als eerste passage in Europa. In 1784 werd op het terrein van het Palais Royal een houten galerij gerealiseerd met aan weerszijden luxe winkeltjes, entertainmentgelegenheden en horeca. Deze combinatie van aan elkaar geschakelde winkels en sociale voorzieningen was geheel nieuw en het concept viel goed in de smaak bij de hogere sociale klasse.

Het principe van meerdere verschillende winkels naast elkaar kreeg snel navolging in de vorm van geheel nieuwe gebouwen met een winkelfunctie als primair doel, zoals het Casa Grande in Rome met winkels op de begane grond en woningen erboven. Ook in Parijs en London werden rond 1800 nieuwe winkelruimten met bovenwoningen gebouwd.

In de steden werden sommige binnenhoven van grote huizenblokken geheel ingericht als winkelstraten. Deze waren toegankelijk via de onderdoorgangen van de huizenblokken en werden al gauw overdekt, zodat het winkelende publiek bij regen droog bleef. Na de eerste overkappingen bestaande uit eenvoudige houten daken volgden al snel gedeeltelijk glazen afdekkingen.

Uit deze winkelruimten en overdekte straten ontstonden in de negentiende eeuw de eerste passages met meerdere vleugels, die zouden uitgroeien tot de monumentale winkelpassages die wij nu nog kennen. Deze vroegste winkelcentra bestonden uit reeksen aaneengesloten luxe winkels voor bijvoorbeeld hoeden, parfumerieën en de nieuwste mode. De aantrekkingskracht bestond onder andere uit de grote diversiteit van het aanbod.

Ook waren er vaak restaurants of theaters gevestigd, waardoor de passages steeds meer een sociaal trefpunt vormden voor de gegoede klasse.

Binnen de luxueuze omgeving en rijke uitstraling door overdadig gebruik van natuursteen, terrazzo en heel veel glas, moesten winkeliers klanten zien te verlokken tot het doen van aankopen. De etalage vormde hierbij het belangrijkste middel. In de rijen met aaneengesloten winkels werd deze dan ook een steeds belangrijker onderdeel van de



25 Interieur van de Rotterdamse passage, litho van Lankhout & Co, 1879.

winkelpui en leidend in het gevelontwerp; grote glazen ruiten voor veel doorzicht en lichttoevoer. In alle grote steden van Europa werden vanaf het eind van de achttiende eeuw passages gereali-seerd: de Royal Opera Arcade in London uit 1818 van architect John Nash, de Galerie Saint Hubert uit 1847 in Brussel, de Kaiser Galerie in Berlijn uit 1873. Parijs spande de kroon met zijn meer dan honderd grotere en kleinere passages rond het midden van de negentiende eeuw. Hiervan zijn er nog zo'n twintig bewaard gebleven waarvan de

oudste uit 1798 dateert: de Passage de Caïre. Ten opzichte van de omringende landen bleef Nederland lang achter in de ontwikkeling van over-dekte winkelstraten. De eerste passage in Neder-land dateerde uit 1879 en lag tussen de Coolvest en de Hoogstraat in Rotterdam (afb. 25). Deze hon-derd meter lange passage naar ontwerp van archi-tect J.C. van Wijk is helaas verloren gegaan tijdens het bombardement in 1940. De enige nog be-staande negentiende-eeuwse passage in Neder-land dateert uit 1885 en staat in Den Haag. Deze

werd gesticht door onder andere P.J. De Sonnaville, een van de oprichters van het Kurhaus in Scheveningen. Het oudste deel is ontworpen door de architecten H. Westra en dezelfde J.C. van Wijk. In 1929 is de passage uitgebreid met een extra vleugel tot zijn huidige opzet.

In Leiden volgt de passage in het voormalige pand van meubelfabrikant Fa. Hasselman & Pander, tussen de Botermarkt en Breestraat – hoewel niet klassiek vormgegeven – het principe van een overdekte straat met verschillende winkels.

Wanneer eind negentiende eeuw in Nederland eindelijk de eerste passage verrijst, krijgt dit fenomeen in het buitenland juist een bedenkelijke naam. Afval en uitwerpselen binnen de afgesloten ruimten veroorzaakten rommel en stank.

Door vervuiling werden de glazen overkappingen ondoorzichtig en trad er minder daglicht toe, waardoor de luxueuze ambiance verwerd tot een gewone overdekte straat. In het wat vooruitstrevender buitenland deed met het verdwijnen van de passage een nieuw fenomeen zijn intrede: het warenhuis.

#### Kooppaleizen voor elke klasse: warenhuizen

De industriële revolutie zorgde in de negentiende eeuw voor een ware groeispurt van de confectie-industrie. Dankzij de toenemende welvaart had een groeiend aantal consumenten iets extra's te besteden, wat vooral de manufacturenbranche in Parijs ten goede kwam. Bovendien daalden de kledingprijzen dankzij nieuwe productiewijzen spectaculair. Uit het gestaag groeiend aantal manufacturenwinkels ontstonden in Europa de belangrijkste warenhuizen – een ontwikkeling waaraan Leiden pas begin twintigste eeuw ging meedoen.

De Bon Marché, het eerste echte warenhuis van Europa, stond in Parijs en stamde uit 1852. Het pioniersechtpaar Bouçicaud opende dat jaar een nieuwe winkel met een grote diversiteit aan producten, die bijzonder succesvol zou worden. Het echtpaar oogstte vooral roem door nieuwe verkoopmethoden. Klanten konden namelijk vrij binnenlopen zonder te worden belaagd door opdringerig personeel, en zonder enige koopver-

plichting. Producten lagen voor het eerst uitgesteld in losse vitrines en begrippen als 'uitverkoop' en 'koopjes' werden geïntroduceerd. Ook konden artikelen geruild worden. Nog een noviteit: alle producten waren vooraf geprijsd, van loven en bieden was geen sprake meer.

Het voorbeeld van Bon Marché werd door tal van kledingzaken gevolgd. Het kredietsysteem verdween en men ging vaste prijzen hanteren. Lagere prijzen deden de omzetten en daarmee de winsten stijgen. De winst werd vervolgens geïnvesteerd in het bedrijf, waardoor het assortiment zich steeds meer uitbreidde en de winkels groeiden. Na uitbreiding van het kledingaanbod volgden luxe levensmiddelen, tapijten, meubilair, keramische producten en toiletartikelen. De eerste warenhuizen waren ware kooppaleizen. Met hun grandeur en opzichtige inrichting lokten zij klanten om te komen kijken en – uiteraard – vooral te kopen. Veel wereldberoemde warenhuizen zijn ontstaan uit kleding- en textielzaken zoals Galeries Lafayette en Au Printemps in Parijs en Karstadt in Duitsland. Een uitzondering is Harrods in London, dat van oorsprong een theehandel was.

In Nederland kwam de industrialisatie langzamer op gang dan elders in Europa, waardoor het hier langer duurde voordat het eerste echte warenhuis een feit was. Pas in 1914 opende Magazijn De Bijenkorf op het Damrak in Amsterdam zijn deuren. Onder aanvoering van Duitse pioniers groeide een aantal kledingbedrijven uit tot warenhuizen met landelijke bekendheid: C&A (Clemens en August Brenninkmeijer), Hunkemöller, Kreymborg, Peek & Cloppenburg, Sinkel en vooral Vroom & Dreesmann. Deze laatste is in Nederland vanaf de oprichting in 1887 de grootste warenhuisketen. Waar de meeste winkelketens zich tot kleding hebben beperkt, breidde V&D zijn assortiment langzaam maar zeker steeds verder uit.

Ook in Leiden vestigden zich een aantal van de grote winkelketens, vooral aan de Breestraat, en met succes. De meeste konden meerdere malen vernieuwd en uitgebreid worden; belendende panden werden aangekocht en met elkaar verheeld. Het bouwblok tussen Breestraat, Mandenmakersteeg, Aalmarkt en Maarsmansteeg is in



26 Het eerste pand van Peek & Cloppenburg, Breestraat 86, in 1885.



27 Advertentie uit 1890 voor Peek & Cloppenburg.

het eerste kwart van de twintigste eeuw door samenvoegingen een aaneenschakeling van winkelpanden geworden. Het gevolg was een labyrint van gangen en doorloopjes tussen de verschillende bouwdelen. Later bouwden onder meer Peek & Cloppenburg en Vroom & Dreesmann er hun afzonderlijke warenhuizen (afb. 26-29). De eerste warenhuizen in Nederland waren in de traditie van de buitenlandse voorbeelden luxueus ingericht en georiënteerd op de welgestelde bovenlaag. In 1926 startte de Bijenkorf als tegenhanger van al deze luxe voor de mensen met een kleinere beurs de Hollandse Eenheidsprijzen



28 Nieuwe winkelpui van Peek & Cloppenburg, Breestraat 76, in 1890 ontworpen door J. van der Heijden.



29 Het in 1933 nieuw gebouwde winkelpand van Peek & Cloppenburg, Breestraat 78-80, naar ontwerp van architectenbureau L.F.C. Gathier uit Utrecht. Ter plaatse stond de voormalige sociëteit Amicitia.

Maatschappij Amsterdam ofwel HEMA. In Leiden werd in 1937 de 23ste HEMA-vestiging geopend in de Haarlemmerstraat 130-136 – een logische locatie gezien het klassenverschil tussen de duurdere Breestraat en de goedkopere Haarlemmerstraat. De bijzondere art deco voorgevel van dit winkelpand, dat oorspronkelijk was gebouwd voor Manufacturenmagazijnen Waals, stamt uit 1930 en telt vier bouwlagen. In Leiden zijn slechts weinige

voorbeelden te vinden in deze bouwstijl van dergelijke afmetingen (afb. 30).

V&D is zonder twijfel het meest markante warenhuis van de stad. Dit uit 1936 daterende pand beslaat een groot deel van het bouwblok tussen Aalmarkt, Maarsmansteeg en Breestraat en is ontworpen door architectenbureau Van der Laan. Het imposante gebouw heeft een parterre en vier etages, met een groot trappenhuis waarboven een



30 Voorgevel van warenhuis Hema, Haarlemmerstraat 130-136.

lichtkap op een metalen draagconstructie. Vloeren en wanden van het trappenhuis zijn voorzien van kostbare materialen als brons, wit en zwart marmer; de vensters hebben glas-in-loodbeglazing. De hele afwerking ademt nog de grandeur van de negentiende-eeuwse kooppaleizen met hun pracht en praal. De buitengevels zijn eveneens voorzien van duurzame materialen, van vensteromlijstingen en natuursteen reliëfs. De 27 meter hoge opengewerkte toren aan de Aalmarkt versterkt de monumentaliteit van het geheel. De gevel van de parterre is transparant, als een doorlopende etalage onder een luifel. Etalages

vormen een belangrijk onderdeel van de verkoopstrategie van V&D. Telden de samengevoegde winkelpanden in 1930 samen al twintig etalages, met de nieuwbouw van 1936 is dit aantal meer dan verdubbeld (afb. 31).

Hoewel in 1968 nog een flinke uitbreiding plaatsvond, vormt het gebouw wat betreft schaal en vormgeving het sluitstuk van de ontwikkeling van de vooroorlogse winkelarchitectuur in Leiden. Warenhuizen van deze omvang en grandeur zijn sinds die tijd in de binnenstad niet meer gerealiseerd.