



'WAAR HET VOLK IS, IS DE NERING'

BEWINKELINGSPATROON EN WINKELARCHITECTUUR IN AMSTERDAM, CIRCA 1550-1850

CLÉ LESGER

Misschien is het omdat de activiteiten van internationale kooplieden en overzeese handelscompagnieën spectaculairder zijn, dat de ontwikkeling van de detailhandel tussen circa 1550 en 1850 weinig aandacht heeft gekregen van Nederlandse historici. Dat gebrek aan belangstelling is om een aantal redenen niet terecht, want de detailhandel droeg ook destijds al in

belangrijke mate bij aan het aanzien en de sfeer van straten en steden.

In deze bijdrage wil ik de ontwikkeling van het winkelapparaat documenteren over een lange periode en voor een grote stad.¹ Doel is om zicht te krijgen op en verklaringen te geven voor zowel de spreiding van winkels over het stedelijk landschap als het veranderende uiterlijk en interieur van die winkels. De stad die hier centraal staat is Amsterdam en die keuze is mede ingegeven door de overweging dat juist in grote steden het winkelapparaat ook in de pre-industriële periode een

▲ 1. Gevelsteen met interieur van een lintwinkel, zeventiende eeuw (Vereniging Vrienden van Amsterdamse Gevelstenen, fotograaf P. van der Vlist)

omvang en mate van differentiatie vertoonde die elders pas veel later tot stand kwam. Tevens was al in een vroeg stadium van het onderzoek duidelijk dat voor Amsterdam voldoende afbeeldingen beschikbaar zijn om een beeld te schetsen van het aanzicht van winkels en winkelstraten én er zijn schriftelijke bronnen om dat beeldmateriaal te toetsen en aan te vullen. Toch moet worden geconstateerd dat er veel meer informatie beschikbaar is over winkels aan de belangrijke winkelstraten dan over die in zij- en achterstraten en in volkswijken als de Jordaan. Dat verklaart waarom sommige straten in het onderstaande prominent figureren en andere niet of nauwelijks aan bod komen.

De winkels aan de hoofdwinkelstraten vertoonden de ontwikkelingen die in deze bijdrage worden geschetst het eerst en ook het meest uitgesproken. Pas later, en soms veel later, drongen de veranderingen ook elders in de stad door. Tevens moet benadrukt worden dat de veranderingen in eerste instantie vooral tot uitdrukking kwamen bij winkels in relatief kostbare en luxe consumptieartikelen. Aanbieders van levensmiddelen en andere dagelijkse benodigdheden, aan de hoofdwinkelstraten toch al niet dik gezaaid, volgden later en behielden veel langer een typisch pre-industriële uitstraling. Maar laten we ons nu eerst buigen over de vraag welke straten als hoofdwinkelstraten mogen worden beschouwd en wat deze straten zo aantrekkelijk maakte voor het winkelbedrijf.

WINKELLOCATIES EN PATRONEN VAN TOEGANKELIJKHEID

Toen in 1585 Antwerpen belegerd werd door de troepen van Alexander Farnese, hertog van Parma en door Filips II naar het noorden gestuurd om de opstandige gewesten in de Nederlanden in het gareel te brengen, besloten de Staten van Holland geld bijeen te brengen voor het ontzet van Antwerpen. Dat bleek achteraf tevergeefs, want Antwerpen (en de Zuidelijke Nederlanden) werden teruggebracht onder Spaans gezag, maar in Amsterdam heeft de actie van de Staten van Holland een belastingkohier opgeleverd dat het mogelijk maakt de detailhandel in de stad in kaart te brengen (afb. 2).² Niet alle Amsterdammers droegen bij aan deze Capitale Impositie en de locatie van de winkels is niet tot op het huis nauwkeurig vast te stellen, maar het beeld is helder en eenduidig.

De meeste winkels werden aangetroffen in de omgeving van de Dam en aan de rivierdijken aan weerszijden van de Amstel: de Nieuwendijk aan de westzijde en de Warmoesstraat aan de oostzijde. Tevens is duidelijk dat zich aan deze hoofdwinkelassen opvallend veel zaken bevonden die duurzame goederen aan de man en vrouw brachten. Daaruit blijkt dat ook toen consumenten bij de aanschaf van deze relatief kostbare en weinig frequent gekochte goederen het aanbod in verschillende winkels wilden vergelijken op prijs, kwaliteit en uitstraling. En dus vinden we in het kohier de

verkopers van wollen stoffen in grote aantallen aan de Nieuwendijk, verkopers van zijden stoffen vooral in het noordelijk deel van de Warmoesstraat en uitdragers in de St. Jansstraat. De nabijheid van concurrenten was hier gunstig, want de concentratie van winkels met een vergelijkbaar aanbod trok veel potentiële klanten en genereerde meer omzet dan op een geïsoleerde locatie mogelijk zou zijn. In dat opzicht is er niet veel veranderd want ook vandaag de dag zoeken bijvoorbeeld kledingzaken en schoenwinkels elkaars nabijheid op.³ Aanbieders van voedings- en genotmiddelen daarentegen waren niet in een of enkele straten te vinden, maar hadden zich verspreid over de stad en profiteerden juist wel van een geïsoleerde locatie. Voor brood en andere levensmiddelen, die in een tijd zonder koelkasten en vrieskasten vrijwel dagelijks werden aangeschaft, wilde de consument geen grote afstanden afleggen en uitvoerige vergelijking van het aanbod in een reeks winkels op prijs en kwaliteit was bij dagelijkse benodigdheden niet aan de orde.

Wat verder opvalt is dat de winkels voornamelijk in het gebied ten noorden van de Dam te vinden waren. De Kalverstraat bijvoorbeeld kwam er wat winkels betreft bekaaid van af. Dat had zonder twijfel te maken met het feit dat in het zuidelijk deel van de straat een ossenmarkt werd gehouden, die de straat besmeurde met mest en deze weinig aantrekkelijk maakte voor het winkelend publiek. Maar los daarvan lag het commerciële zwaartepunt van Amsterdam onmiskenbaar in het noordelijke stadsdeel, aan weerszijden van de binnenhaven (het Damrak) en bij het IJ. Die vormden een brede toegangspoort die de stad in contact bracht met de wereld buiten de muren. Over het IJ bereikte de bevolking van het Noord-Hollandse platteland de stad, evenals bezoekers uit verder verwijderde steden en streken. Juist vanwege de nabijheid van binnenhaven en IJ was het noordelijk stadsdeel in deze jaren ook de woonplaats van de kapitaalkrachtige commerciële en politieke elite. Zij woonde sinds jaar en dag in de Warmoesstraat.⁴ De aanwezigheid van een koopkrachtig publiek, de komst van vele bezoekers over het water van het IJ én het feit dat twee van de drie hoofdboorten van de stad aansluiting gaven op de noordelijke stadsrand, maakten dit stadsdeel, en in het bijzonder de oude dijkwegen die toegang geven tot de Dam (Nieuwendijk en Warmoesstraat), veruit de meest geschikte locatie voor het winkelbedrijf.

Voor de zeventiende eeuw, een tijd van snelle economische en demografische groei en omvangrijke stadsuitbreidingsprojecten, missen we een bron als de Capitale Impositie uit 1585. Toch is het mogelijk om op basis van de stadsbeschrijvingen van Melchior Fokkens (1662) en Tobias van Domselaer (1665) een winkelkaart van Amsterdam omstreeks 1660 te tekenen (afb. 3).⁵ Opnieuw blijken de Dam en omgeving een centrale plaats in het winkellandschap in te nemen.⁶ Het beursgebouw nam daarbij een bijzondere positie

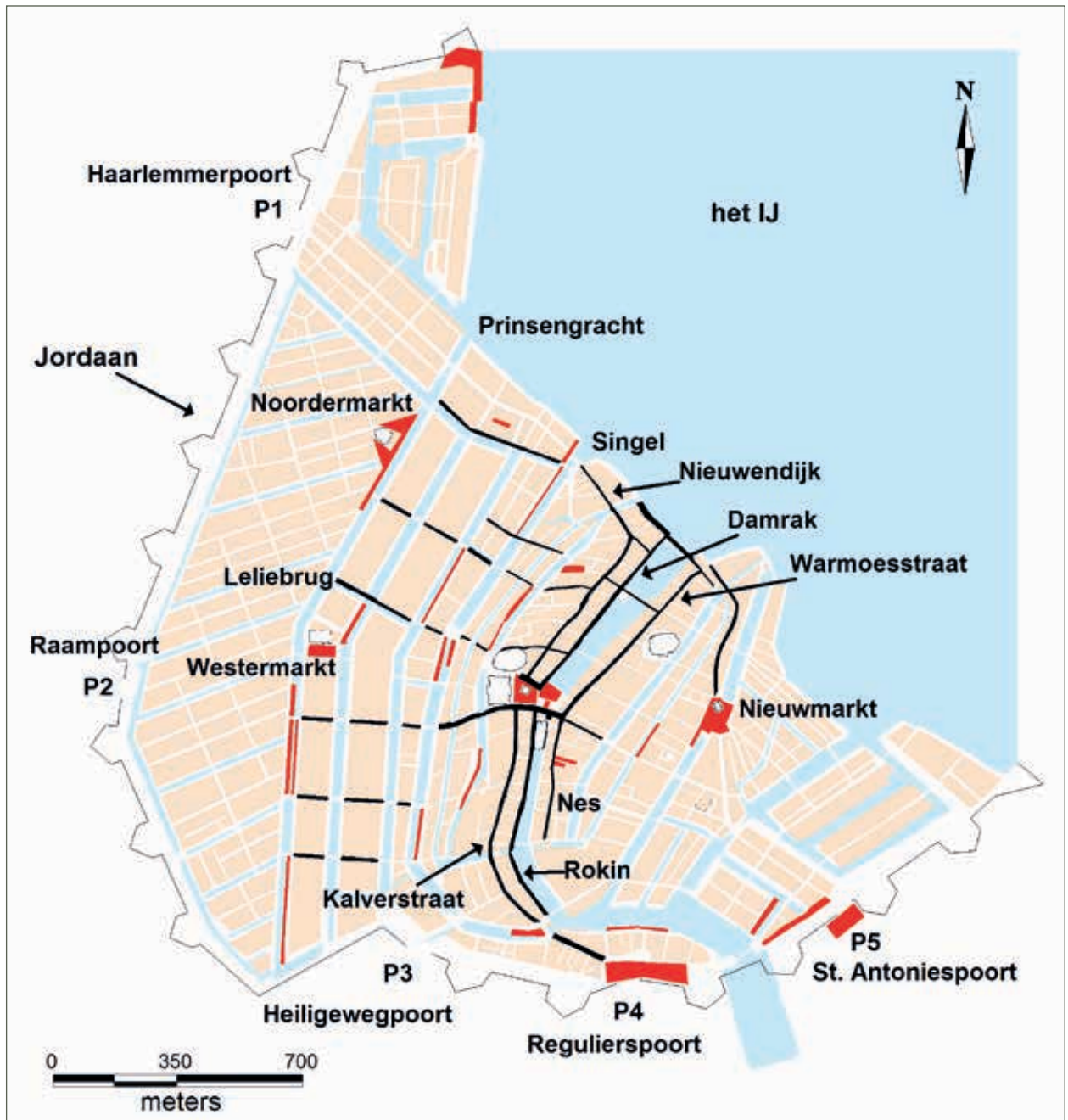


2. Winkellocaties in Amsterdam, 1585 (kaart auteur)

in, want op de bovenverdieping, die men met brede stenen trappen kon bereiken, bevond zich rondom een galerij met niet minder dan 123 winkelkassen. Buiten, op straatniveau in gemetselde bogen langs de zijgevels van de beurs en aan weerszijden van de ingang, bevonden zich ook winkels.⁷ Het winkelbedrijf was dus prominent aanwezig op en rondom de Dam. Ook op de Nieuwendijk waren winkels in overvloed, maar de belangrijkste winkelstraat was in deze jaren de Warmoesstraat. Dit was de plaats waar kostbare stoffen, luxe voorwerpen en modeartikelen naar Franse smaak

te koop werden aangeboden. Door dit aanbod aan *shopping goods* was het ook typisch een straat waar men kwam om te winkelen en niet slechts om aankopen te doen.

Op langere termijn bleek de positie van de Warmoesstraat evenwel niet onaantastbaar. Tijdens de stadsuitbreidingen aan het einde van de zestiende eeuw won de stad vooral aan de oostzijde aan ruimte en het was daar, aan de St. Antoniesbreestraat en Kloveniersburgwal, dat een deel van de welgestelde bovenlaag een onderkomen vond. Voor de bewoners van



3. Winkelstraten (zwart) en markten (rood), circa 1660 (kaart auteur)

dit oostelijk deel van de stad was de Warmoesstraat goed bereikbaar, maar in de loop van de zeventiende eeuw verschoof het woonmilieu van de elite onmiskenbaar naar de grachtengordel en daarmee naar de west- en zuidkant van de stad.⁸ Vanaf dat moment lag de Warmoesstraat heel wat minder gunstig. Vooral voor de bewoners van het zuidwestelijke en zeer welgestelde zuidelijke deel van de grachtengordel was de Kalverstraat de meest voor de hand liggende aanlooproute naar het hart van de stad. Uit die straat was inmiddels de overlast gevende ossenmarkt verdwenen. Het vollopen van de nieuwe wijken en de continuïteit van het stadshart als kernwinkelgebied gaf een bijzondere betekenis aan de radiaalstraten die vanuit de grachtengordel en de perifere wijken naar het centrum leidden.

Dat werden drukke aanlooproutes die vanuit het perspectief van de winkelier zeer geschikt waren voor het onderscheppen van passanten.

Het bewinkelingspatroon zoals dat in de loop van de zeventiende eeuw tot stand kwam, handhaafde zich zonder ingrijpende wijzigingen tot de stad na het midden van de negentiende eeuw opnieuw werd uitgebreid en ook in de nieuwe wijken belangrijke winkelassen ontstonden. Maar ook in die jaren en zelfs tot de dag van vandaag bleef in de oude stad het inmiddels bekende winkelpatroon voortbestaan: de Dam en de straten aan weerszijden van de Amstel vormden de hoofdwinkelassen en radiaalstraten waaraan vandaar uit naar wat ooit de randen waren van de stad (afb. 4). Deze grote mate van continuïteit was gewor-

teld in de structuur van het Amsterdamse stratennetwerk. Die bepaalde immers de mate van toegankelijkheid van straten en daarmee de omvang van de passantenstromen én de aantrekkelijkheid van een straat als vestigingsplaats voor de detailhandel.

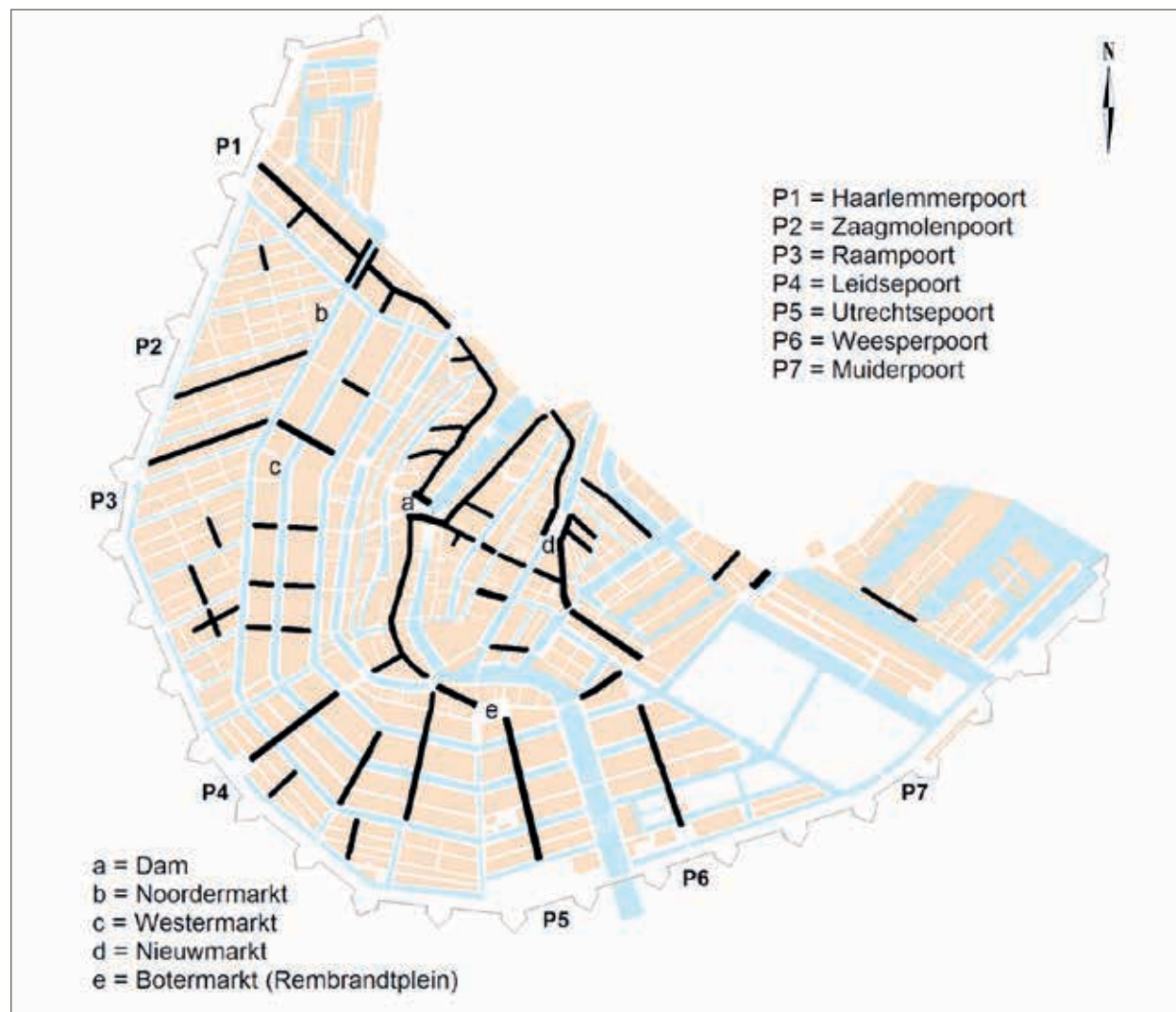
Het inzicht dat het winkelbedrijf zich bij voorkeur vestigt op plaatsen die door hun positie in het stratennetwerk veel passanten trekken, is niet nieuw, maar het is pas sinds enkele decennia dat er technieken beschikbaar zijn om dit inzicht te toetsen en te kwantificeren. Hier is gebruikgemaakt van Space Syntax Analysis, een aan University College London ontwikkelde techniek. Die maakt het mogelijk schattingen van de mate van toegankelijkheid cartografisch weer te geven. In afb. 5 variëren die van donkerblauw (geringe mate van toegankelijkheid) via groen en geel naar rood (hoge toegankelijkheid). Duidelijk is te zien dat in het pre-industriële Amsterdam de toegankelijkheid sterk varieerde van straatsegment tot straatsegment en dat segmenten met een hoge mate van toegankelijkheid niet verspreid lagen over de stad, maar een duidelijke concentratie vertoonden op en rond de Dam

en langs de winkelassen aan weerszijden van de Amstel. Deze strikt geometrische analyse van het Amsterdamse stratennetwerk bevestigt dat het hoofdwinkelgebied tot ontwikkeling is gekomen in het best bereikbare deel van de stad.⁹ Ook de radiaalstraten die vanuit de Dam uitwaaierden, behoorden tot de best toegankelijke straten en straatsegmenten van de stad. Naarmate men verder verwijderd raakte van de Dam nam de toegankelijkheid van de straatsegmenten over het algemeen af. Dat gold zelfs voor hoofdwinkelassen als Nieuwendijk, Kalverstraat en Warmoesstraat.

HET AANZICHT VAN WINKELS EN WINKELSTRATEN IN DE ZESTIENDE EN ZEVENTIENDE EEUW

De grote mate van ruimtelijke continuïteit impliceert niet dat ook het aanzicht van winkels en hun interieurs onveranderd bleven. Het tegendeel is het geval. Vooral aan de hoofdwinkelassen hebben winkeliers hun bedrijf voortdurend aangepast aan de eisen van de tijd. Ze moesten ook wel, want de prijzen van vastgoed aan de belangrijke winkelstraten waren hoog en noopten winkeliers bij de tijd te blijven.¹⁰ De veranderingen in

4. Winkelstraten in Amsterdam, circa 1851 (kaart auteur)





5. Toegankelijkheid binnen het stratennetwerk van Amsterdam, circa 1700 (kaart auteur)

het aanzicht van winkels en winkelstraten die in het onderstaande de revue zullen passeren, vonden dan ook het eerst aan de hoofdwinkelstraten plaats en sijpelden soms pas veel later door naar zij- en achterstraten en naar buurten buiten het hart van de stad. Dat diffusieproces is overigens niet eenvoudig te illustreren, omdat juist van dit type straten en buurten weinig beeldmateriaal beschikbaar is. Gelukkig beschikken we wel over boedelinventarissen. Dat zijn overzichten van de bezittingen en schulden van winkeliers die werden opgemaakt bij overlijden of na faillissement.¹¹ Die maakten het tevens mogelijk de realiteitswaarde van het gevonden beeldmateriaal te controleren.

In de meest algemene termen is de ontwikkeling van het Amsterdamse winkelapparaat in de periode van de zestiende tot het midden van de negentiende eeuw te karakteriseren als een verplaatsing van het winkel-aanbod van op de stoep en in de raamkozijnen naar een verkoopruimte achter de gevel. Pas ver na de Tweede Wereldoorlog zette een tegenbeweging in en werden winkelgoederen weer in toenemende mate bij de ingang en voor de gevel uitgesteld. De situatie in de zestiende eeuw is afgebeeld op een prachtige prent uit een werk van de geschiedschrijver en humanist Lambertus Hortensius over de wederdopers (afb. 6).¹² Het toont Amsterdamse wederdopers die vertrekken naar Münster en kleren en juwelen verkopen aan een winkelier. Die drijft zijn negotie in het in die tijd gebruikelijke Amsterdamse stadshuis met houten gevel en aflopende luifel. In de raamkozijnen staan goederen uitgesteld, ongetwijfeld op de horizontaal neergelaten onderluiken. Aan de luifel is koopwaar – in dit geval kleding – gehangen en dat maakt direct duidelijk dat we met een winkel te maken hebben.

De winkelier zelf staat niet in het voorhuis achter zijn hoog opgetaste 'veynsteren', maar op de stoep voor zijn huis. Daar heeft hij een zware houten tafel met dichte zijpanelen neergezet en onderhandelt hij met een van de wederdopers. Die tafel, 'thoochbanck' in de schriftelijke bronnen, staat uiteraard onder de luifel in de ruimte die (later?) wel de slagwoordt genoemd.¹³ Op de toonbank ligt geen handelswaar uitgesteld. Die vinden we op de vensters, waar ze ook beter beschermd is tegen regen en het vuil van de straat. De toonbank is de plaats waar de verkoper goederen toont die de belangstelling van de klant hebben gewekt. De verkoper prijst er de goederen aan en de klant beoordeelt ze op kwaliteit en uiterlijk. Aan de toonbank werd ook onderhandeld over de prijs en betalingscondities. Bij deze specifieke prent gaat het, zoals gezegd, niet om verkoop van goederen aan de consument maar om inkoop. Niettemin bevestigt de prent wat op grond van keuren en bouwhistorisch onderzoek al duidelijk is geworden. Het huis, de houten voorgevel met luifel, de uitstalling van winkelgoederen in vensters en het in gebruik nemen van de stoep voor het huis als winkelruimte: dat is zoals we ons het Amsterdamse winkel-

bedrijf in de zestiende eeuw moeten voorstellen.

Tijdens de zeventiende eeuw bleef het open karakter van winkels goeddeels voortbestaan. Zelfs in gevallen waar het keuren, vergelijken, onderhandelen en kopen zich in de winkelruimte afspeelden, werd de barrière van voorgevel en winkeldeur als het ware overbrugd door het tentoonstellen van winkelwaar in en voor de gevel. Deze continuïteit heeft alles te maken met de bouwwijze van het Amsterdamse stadshuis. Tegen het einde van de zestiende eeuw waren de volledig houten huizen grotendeels uit het Amsterdamse stadsbeeld verdwenen, maar de voorgevel van het doorsneewoonhuis bewaarde de herinnering aan de oude bouwwijze. Die voorgevel bestond vaak uit een hoge houten onderpui met daarop een dunne stenen gevel. Anders dan een zware stenen onderpui stond een onderpui van hout het aanbrengen van veel en hoge vensters toe. Dat bevorderde de lichtinval in het voorhuis en maakte het zeer geschikt als werk- of winkelruimte. Toch moeten we ons niet al te veel voorstellen van het zicht dat de consument vanaf de straat had op het interieur van het winkelvoorhuis. Vroeg in de ochtend en bij schemering was daar nauwelijks iets te onderscheiden, want kunstmatige verlichting was duur en getuige de vele inventarissen van winkelboedels die voor dit onderzoek zijn bestudeerd, was in het voorhuis slechts af en toe een lantaarn en heel soms een (koperen) kroon aanwezig.¹⁴ Maar zelfs bij daglicht was het zicht op het winkelinterieur beperkt. De in lood gevatte ruitjes waren klein, de doorzichtigheid van het glas was veel minder dan wij tegenwoordig gewend zijn en de veelvoorkomende luifel verduisterde het interieur. Daar komt nog bij dat de drie voet (circa 85 cm) brede stoep die in de meeste Amsterdamse straten te vinden was, voetgangers verhinderde dicht langs de gevels te lopen en *en passant* de inhoud van winkels in zich op te nemen.¹⁵ In en op de stoep bevonden zich immers trappen, keldervallen, pothuizen, stoepbanken, hekwerken en tal van andere obstakels. Hierdoor werd de detaillist gedwongen om ten minste een deel van zijn koopwaar in de gevel en voor de winkel te plaatsen.

Vanzelfsprekend kleefden er nadelen aan de presentatie van winkelgoederen in de vensters en voor de gevel. Sommige goederen konden beter niet blootgesteld worden aan het opwaaiende stof en vuil van de straat en aan de grijpgrage handen van gauwdieven. Winkeliers beschermden zich tegen diefstal door kleine objecten tentoon te stellen in wat wel kasjens werden genoemd.¹⁶ Het betrof losse beglaasde kastjes die in de vensters of op de onderluiken werden geplaatst en ook werden ze wel aan de ondergevel gehangen. Op een laatzeventiende-eeuwse afbeelding van het hoekhuis Kalverstraat-Wijde Kapelsteeg en de aangrenzende winkel aan de Nieuwezijdskapel zijn dergelijke winkelpakketten goed te zien (afb. 7). Feitelijk stonden winkels in uiterlijke verschijningsvorm nog dicht bij de kramen die op marktdagen in de stad werden opgezet.¹⁷



6. Wederdopers bij een Amsterdamse uitdragerij, zestiende eeuw (Bijzondere Collecties, UvA)



7. Winkeluitstallingen in de Kalverstraat bij de Nieuwezijdskapel, circa 1700 (Stadsarchief Amsterdam)

8. Winkels en winkelpothuizen aan de Zeedijk, tweede helft zeventiende eeuw (Stadsarchief Amsterdam)



Een goed beeld van een winkelstraat geeft een afbeelding van de omgeving van de Oudezijds- of Olofskapel in Commelins *Beschryvinge van Amsterdam* (afb. 8). Het intensieve grondgebruik in de onmiddellijke omgeving van Warmoesstraat en haven is daar prachtig te zien. Drie huizen met forse luifels zijn te onderscheiden. Te oordelen naar de winkelwaren die aan de luifels van de huizen links zijn opgehangen, gaat het om een hoedenwinkel en een uitdragerij. Maar de verkoop bleef niet beperkt tot de voorhuizen. Tegen de voorgevels bevindt zich een hele reeks pothuizen, die vanuit de woning (links, zonder deur) of rechtstreeks vanaf de straat (overige, met deur) toegankelijk waren. De pothuizen met een zelfstandige toegang vanaf de straat werden doorgaans apart verhuurd en leenden zich door hun ligging aan het met (gele) klinker bestrate voetpad uitstekend voor commerciële activiteiten. Schoenlappers hadden er vaak een werkplaats, maar ook de detailhandel vond er een onderkomen.

De afbeelding toont tevens een uithangbord. Daarvan waren er ontelbare in de stad. Over de Warmoesstraat schrijft Fokkens dat er 220 huizen staan en 230 uithangborden worden geteld.¹⁸ Daarnaast werden op en aan de luifel wel uithangtekens geplaatst. Winkels in komenijswaaren bijvoorbeeld, waar men naast grutterswaaren ook spek en zuivel verkocht, waren te herkennen aan een in geschilderd hout uitgevoerde stapel kazen met daarop een of meerdere kluiten boter. Tabakswinkels, om een ander voorbeeld te

noemen, hadden als algemeen uithangteken houten tabaksrollen, kruideniers presenteerden zich vaak met koffiebaaltjes, de grutter met een molentje en suiker- en specerijenwinkels met een suikerkist.¹⁹

Juist omdat het winkelbedrijf zich deels voor de gevel afspeelde, kreeg het interieur doorgaans niet bijzonder veel aandacht. Uit de overgeleverde boedelinventarissen blijkt dat eenvoudige toonbanken, simpele houten wandrekken en af en toe een kruk of stoel de standaarduitrusting waren in de meeste winkels. Voorzien van eenvoudig uitgevoerde kasten is bijvoorbeeld het interieur van een Amsterdamse boekwinkel uit omstreeks het midden van de zeventiende eeuw (afb. 9). Als regel gold dat de koopwaar niet voor het grijpen lag, maar door de winkelier of het winkelpersoneel uit de verpakking werd gehaald om getoond, en bij voorkeur ook verkocht, te worden. Dat is goed te zien op de fraaie afbeelding van een lintwinkel (afb. 1). De winkelier staat achter de toonbank, met ellenmaat in de hand, en toont zijn koopwaar aan de klanten. De kast kan met een luik worden afgedekt om het lint tegen verkleuring en stof te beschermen. Vooral in kruidenierszaken was de variëteit aan verpakkingen soms verbijsterend. Op de planken van stellingen en kasten, in lades en op de winkelvloer bevonden zich daar vaak tientallen dozen, pakken, kisten, vaatjes, flessen, zakken, tonnen en noem maar op.

In de zeventiende eeuw was de scheiding tussen winkel en privévertrekken nog niet overal doorgevoerd. In

9. Interieur van een boekwinkel, circa 1661 (Bijzondere Collecties, UvA)





10. Interieur van een goudbrokaatwinkel, 1709 (Collectie Museum de Lakenhal, Leiden)

de jaren veertig treffen we soms in een winkelvoorhuis een bedstede en beddengoed aan. Bijvoorbeeld in het huis van Franchoy van Bercken, neurenbergier in de Oudebrugsteeg. Dit huis stond tot de nok volgestouwd met koopwaar en vooral in het voorhuis moet er geen doorkomen aan zijn geweest. Toch werden in dit voorhuis naast alle goederen ook een bed (i.e. matras), twee kussens, een peluwe (langwerpig onderkussen), drie dekens en twee lakens aangetroffen en was er kennelijk een bedstede aanwezig en in gebruik.²⁰

Gedurende de zeventiende eeuw veranderde er nauwelijks iets in het interieur van marginale winkeltjes. Het ligt voor de hand dat ook bij de aanbieders van dagelijkse benodigdheden de veranderingen over het algemeen niet erg groot waren. Voor aanbieders van

duurzame en luxe consumptiegoederen lagen de zaken ingewikkelder. Wie zich richtte op verkoop van modieuze goederen aan een koopkrachtig en statusbewust publiek kon het zich niet permitteren de trends op het gebied van woninginrichting te negeren, en liet het winkelinterieur aansluiten bij de mode van de tijd. Van een dergelijke aanpassing lijkt inderdaad sprake te zijn geweest. Voor zover we kunnen achterhalen, waren ook de winkels in duurzame en luxeartikelen in de eerste helft van de zeventiende eeuw uiterst eenvoudig ingericht, met simpele houten wandrekken en planken om de koopwaar op te slaan. In de boekhandel lijkt daar niet zo veel aan te veranderen, maar winkels van modieuze artikelen als stoffen en accessoires kregen in de loop van de tijd een uitbundiger aankleding.

Wandkasten vervingen de simpele rekken en kleur, ontwerp en decoratie van het winkelinterieur werden van groot belang geacht. Op een schilderij van een goudbrokaatwinkel van de hand van Matthys Naiveu is die zorg voor het winkelinterieur duidelijk te zien (afb. 10). De gouden accenten op de wandkast van de goudbrokaatwinkel sloten goed aan bij de smaak van de elite, die in de tweede helft van de eeuw een voorkeur had voor verguld snijwerk en opvallende ornamentiek in het woonhuisinterieur. En evenals in woonhuizen speelden in deze jaren ook in winkels spiegels een grotere rol in het interieur dan voorheen, terwijl schilderijen aan populariteit hadden ingeboet.

VAN DE STOEP NAAR ACHTER DE GEVEL: WINKELS IN DE ACHTTIENDE EN EERSTE HELFT VAN DE NEGENTIENDE EEUW

Vanaf het einde van de zeventiende eeuw en vooral in de achttiende eeuw veranderde het uiterlijk van winkels aan de belangrijke winkelstraten. Die veranderingen werden mede in gang gezet door de welgestelde Amsterdamse elite. Vanaf de tweede helft van de zeventiende eeuw ontstond bij hen onder invloed van Engelse en Franse voorbeelden een grotere behoefte aan daglicht in de woonvertrekken. Die wens werd gerealiseerd door het vervangen van glas in lood door grotere ruiten van helder glas die geplaatst werden in houten roeden. Tegen het einde van de zeventiende eeuw werden vaak ook de zware tussenstijl en tussendorpel uit het traditionele kruiskozijn verwijderd. Daardoor ontstond ruimte voor de plaatsing van een roedenraam over de hele breedte van de vensteropening.²¹ Tot slot werd de lichtinval in de vertrekken nog bevorderd door het vergroten van de vensteropening.

Diezelfde grotere ruiten in houten roeden werden ook toegepast in winkels en boden een veel beter zicht op het winkelinterieur. En de trend naar vergroting van het glasoppervlak stopte niet. In de achttiende eeuw werden de roeden steeds verder uit elkaar geplaatst en in de negentiende eeuw ging men door op de ingeslagen weg.²² Voor het winkelbedrijf had dit alles grote gevolgen. Tijdens de zestiende en zeventiende eeuw hadden winkels doorgaans een open karakter. Dat type winkels was er ook in de achttiende en negentiende eeuw, maar er is wel een verandering bespeurbaar. Meer dan voorheen werd winkelverkoop een activiteit die zich achter in plaats van voor de onderpui afspeelde. En dat kon nu ook, want de grotere ruiten en ruimere lichtinval hielden, op een andere wijze dan voorheen, de voor verkoop onmisbare band met de voorbijgangers op straat in stand.

Deze ontwikkeling stond niet op zichzelf, maar sloot aan bij veranderingen die al eerder in het woonhuis van de burgerij hadden plaatsgevonden. Daar was in de zeventiende eeuw de scheiding tussen publieke ruimte en privé domein aangezet en functioneerde de stoep eerder als een barrière dan als de vloeiende over-

gang tussen woonhuis en buitenwereld die deze ooit was. Het ligt dus voor de hand dat de meer besloten vorm van winkelhouden het eerst waarneembaar was aan de hoofdwinkelstraten en pas later, en vermoedelijk ook minder algemeen, elders in de stad doordrong. De verandering aan de hoofdstraten is goed te zien aan het winkelpand dat grensde aan de Nieuwezijdskapel en dat al eerder is afgebeeld (afb. 7). Uit afb. 11 blijkt dat in de tweede helft van de achttiende eeuw veel veranderd was. Niet alleen was de voorgevel op de eerste verdieping voorzien van moderne kozijnen, maar de luifel en de luiken voor de ramen in de onderpui waren verdwenen en daarmee de mogelijkheid om koopwaar voor de gevel uit te stallen. Wat resteerde waren tonnetjes in het venster die als een soort buitenreclame de consument in deze drukke winkelstraat op de hoogte moesten stellen van de koopwaar die er te vinden was.

Het verdwijnen van luifels was een van de meest opvallende veranderingen in het achttiende-eeuwse winkellandschap en droeg er aan bij dat de associatie van het winkelbedrijf met marktkraam en straathandel vervaagde. Nu de feitelijke verkoop en uitstalling van winkelwaar steeds meer achter de gevel plaatsvond, verloor de luifel zijn functie om klant en winkelgoederen te beschermen tegen weer en wind. Sterker nog, bij verkoop en presentatie in de winkelruimte zelf belemmerde de luifel de vrije toetreding van daglicht. Wat afbeeldingen van het achttiende-eeuwse Amsterdam ook duidelijk maken, is dat luifels en uitstallingen voor de deur weliswaar minder gebruikelijk werden, maar dat het traditionele stoepengebied met pothuizen, kelderingangen, stoepbanken, hekjes en tal van andere zaken in stand bleef. De strook direct grenzend aan de gevel werd nog altijd beschouwd als behorend bij de huizen en kon naar eigen goeddunken worden gebruikt. Daar veranderde tot na het midden van de negentiende eeuw niets aan. Het was pas met de verordening op het bouwen en slopen van 1 januari 1859 dat de overheid zich intensief ging bemoeien met de stoepen en pothuizen buiten de gevelrooilijn. Toch blijkt dat in een belangrijke winkelstraat als de Kalverstraat de winkeliers al lang voor die tijd uit eigen beweging obstakels voor de gevel verwijderden. Dat is niet vreemd, want toen het uitstallen van winkelwaar zich verplaatste naar het interieur, moest de potentiële klant dicht bij het winkelraam kunnen komen en dat ging moeilijk wanneer pothuizen, kelderingangen en hekken dat verhinderden (afb. 12).

In het licht van dit alles hoeft het niet te verbazen dat de onderpui van uiterlijk ging veranderen. Toen verkoop en uitstalling van koopwaar zich naar de winkelruimte verplaatsten, werd de functie van de winkelpui belangrijker. Die moest de beslotenheid bieden die de consument bij het keuren, kiezen en kopen op prijs stelde, maar tegelijkertijd moest de winkelpui voldoende open zijn om klanten een indruk te geven van het interieur en ze te verleiden binnen te treden. Het



11. Winkelpand in Kalverstraat, tweede helft achttiende eeuw (Stadsarchief Amsterdam)



12. De Kalverstraat in de tweede helft van de achttiende eeuw (Stadsarchief Amsterdam)

vergroten van het glasoppervlak, verwijderen van de luifel en opruimen van pothuizen en andere bouwsels waren pogingen dit te bewerkstelligen, en sommige winkeliers vervingen tevens de houten deuren door glasdeuren. Uiteindelijk leidden al deze aanpassingen tot de ontwikkeling van een specifiek op de detailhandel afgestemde onderpui. Afgaande op bouwtekeningen en afbeeldingen kwam deze 'emancipatie' van de winkelpui tot uitdrukking in maximalisering van de hoeveelheid glas en het accentueren van de ingangspartij. Dat laatste gebeurt vaak door het centraal in de gevel plaatsen van de ingang, door toevoeging van architecturale en decoratieve accenten en ook door

plaatsing van een dubbele (glas)deur.

Een volgend hulpmiddel in de strijd om aandacht van de passant en het winkelend publiek waren etalagekasten. Vermoedelijk onder invloed van Britse en Franse voorbeelden werden deze vanaf het begin van de negentiende eeuw aan de belangrijke winkelstraten een opvallend element.²³ Omstreeks 1825 was dit type uitgebouwde etalagekasten tamelijk algemeen in een drukke winkelstraat als de Kalverstraat. Dat blijkt duidelijk uit een door Frans Buffa uitgegeven prent van de Kalverstraat (afb. 13). Aan weerszijden van de straat bevinden zich tal van uitgebouwde etalagekasten die zich met nadruk aan de voorbijgangers presenteren.²⁴



13. De Kalverstraat bij de Dam, 1825 (Stadsarchief Amsterdam)

Enkele decennia later waren in dit deel van de Kalverstraat de uitgebouwde etalagekasten weer verdwenen en de in roeden gevatte ruiten waren er opnieuw groter dan voorheen. Evenals veel topgevels werden toen ook de onderpuien met een lijst afgesloten (afb. 14).

In dezelfde periode vond aan de belangrijkste winkellussen ook een proces van schaalvergroting plaats. Aangrenzende winkelpanden werden samengevoegd en van grote doorlopende etalages voorzien. Michael Anton Sinkel, een migrant en grondlegger van de befaamde 'Winkel van Sinkel' aan de Nieuwendijk, ging nog een stap verder. In 1821 kocht hij het bedrijfspand van zijn buurman, liet beide huizen slopen en op de

dubbele kavel verrees een splinternieuwe winkel naar ontwerp van de architect J. van Straaten. De pui van dit voor Amsterdamse begrippen grote winkelpaleis telde vijf openingen met halfronde bogen, waarvan er drie als etalage dienden en twee als toegang.

Met het verdwijnen van uitstallingen voor de deur ontstond aan de belangrijkste winkelstraten in toenemende mate een behoefte de winkelwaren zichtbaar in de winkel uit te stallen. Dat kon met glazen vitrinekasten en toonbanken met glazen ramen, maar ook de verlichting van het interieur werd belangrijker.²⁵ Het hoeft dan ook niet te verbazen dat in de winkelinventarissen uit de jaren veertig van de achttiende eeuw meer



14. De Kalverstraat bij de Dam, 1850 (Stadsarchief Amsterdam)

verlichtingselementen werden opgetekend dan in de zeventiende eeuw. In de meeste gevallen ging het daarbij om blakers, lage schotelvormige kandelaars geschikt voor het branden van kaarsen. In de schemering en avonduren leverden ze een bijdrage aan de verlichting van de winkel, maar de lichtopbrengst was heel gering en buiten het directe bereik van het kaarslicht moet het aardedonker zijn geweest.²⁶

In de tweede helft van de achttiende eeuw werden belangrijke technologische vernieuwingen gerealiseerd

die de lichtcapaciteit van de traditionele olielamp sterk opvoerden. Aan de nieuwe olielamp is de naam verbonden van de in Zwitserland geboren, maar in Frankrijk en Engeland werkzame François-Pierre Ami Argand (1750-1803). Zijn Argandlamp werd in de jaren 1780 in productie genomen.²⁷ Wanneer de eerste winkel met deze nieuwe lichtbron was uitgerust, weten we niet, maar in het begin van de negentiende eeuw was de lamp in de Kalverstraat geheel ingeburgerd, want in een in 1806 uitgegeven reisverslag wordt opgemerkt

dat daar iedere winkel zich 'om het zeerst beijvert, om zijnen luister door een schitterende werking van Engelse lampen te vertoonen; zoodanig, dat de gansche straat, die vrij lang is, slechts ééne *illuminatie* levert'.²⁸

Daarmee was nog geen einde gekomen aan de technologische vernieuwingen op het gebied van kunstlicht. In de eerste helft van de negentiende eeuw won – het eerst in Engeland – gasverlichting terrein. Zelfs in vergelijking met de Argandlamp bleek gaslicht in helderheid superieur. Voor particuliere woningen was steenkoolgasverlichting pas in de tweede helft van de eeuw geschikt.²⁹ Maar onder de winkeliers aan de hoofdwinkelstraten waren gaslampen al in het begin van de jaren dertig populair.³⁰ Het resultaat van de vernieuwingen in de lichtvoorziening die vanaf het einde van de achttiende eeuw gestalte hebben gekregen, waren helder verlichte winkelruimtes en etalages aan de belangrijke winkelstraten en elders waar winkeliers zich relatief hoge verlichtingskosten konden permitteren. Daarmee was de eeuwenlange afhankelijkheid van daglicht doorbroken en verdween de noodzaak winkelgoederen voor de deur, in het volle daglicht, uit te stallen. Het winkelbedrijf aan de hoofdstraten trok zich nu definitief terug achter de voorgevel, maar kunstlicht en het sterk vergrote glasoppervlak van ramen en vitrines handhaafden de noodzakelijke band met de passanten en het winkelend publiek op straat. Met de ontwikkeling van goed functionerend kunstlicht was ook voldaan aan een belangrijke voorwaarde voor schaalvergroting in het winkelbedrijf. Buiten het directe bereik van daglicht konden nu goederen worden uitgesteld en aan de klanten gepresenteerd. Het hoeft dan ook niet te verbazen dat het interieur van het grote manufacturenmagazijn van Sinkel aan de Nieuwendijk door een reeks Argandlampen werd verlicht.

SLOTOPMERKINGEN

Het is niet eenvoudig de ontwikkeling van de Amsterdamse detailhandel in een breder perspectief te plaatsen. Daarvoor ontbreken vooral in Nederland de noodzakelijke voorstudies. Maar duidelijk is wel dat de snelle economische en demografische expansie die aan het einde van de zestiende eeuw in Amsterdam inzette, daar voor grote veranderingen in het winkelap-

paraat zorgde. In relatief korte tijd nam de vraag naar consumptiegoederen zo sterk toe dat in de stad een omvangrijke en gedifferentieerde detailhandel tot stand kwam.³¹ Het aanbod moet voor welgestelde consumenten aantrekkelijk zijn geweest. In 1638 liet de Franse koningin-moeder Maria de Médicis zich na de officiële ontvangst immers rondrijden door de stad en ging zij volgens Barlaeus 'in verscheide winckels naerstigh vraegen na den prijs van waren en porcelainen'.³² Tijdens de grote stadsuitbreidingen van de zeventiende eeuw werd bovendien belangrijke vooruitgang geboekt op het gebied van bestrating, vuilafvoer, straatverlichting en verkeersregulering.³³ Daarvan profiteerde uiteraard ook de winkelende consument. In de meeste Britse steden vond deze vorm van 'urban improvement' pas een eeuw later plaats.³⁴

Niettemin is duidelijk dat het Amsterdamse winkelapparaat en ook het uiterlijk van de winkelstraten in de loop van de achttiende eeuw de vergelijking met metropolen als Londen en Parijs niet langer kon doorstaan. Juist het feit dat men daar relatief laat overging op het type 'urban improvement' dat Amsterdam al in de zeventiende eeuw realiseerde, maakte het er mogelijk de nieuwste inzichten en technieken te verwerken. Ook de ver uitstekende uithangborden en de stoepen met hekken, pothuizen, kelderingangen en andere zaken maakten op bezoekers uit Londen en Parijs een ouderwetse indruk. Bovendien misten zij de grote etalageramen die daar aan het einde van de achttiende eeuw al gebruikelijk waren. Pas in de eerste helft van de negentiende eeuw en mede onder invloed van voorbeelden in Londen en Parijs begint het Amsterdamse winkelbedrijf aan een inhaalslag. Op bezoekers met een meer provinciale achtergrond maakten de winkels in Amsterdam overigens wel grote indruk. Isabella van Ittersum, bewoonster van landgoed Het Relae ten zuidoosten van Zwolle, bracht omstreeks 1800 een bezoek aan Amsterdam en meldt dat de Kalverstraat vol is van 'belles boutiques, qui surpassaient tout ce qu'on voit dans d'autres villes'.³⁵ Dat roept de vraag op hoe het winkelapparaat zich in andere Nederlandse steden heeft ontwikkeld. Afgezien van enkele losse opmerkingen, zoals die van Isabella van Ittersum, is daarover jammer genoeg nog vrijwel niets bekend.³⁶

NOTEN

1 Deze bijdrage is gebaseerd op het onderzoek dat ten grondslag ligt aan: C. Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam. Stedelijke structuur en winkelbedrijf in de vroegmoderne en moderne tijd, 1550-2000*, Hilversum 2013. Ik dank twee anonieme referenten en de redactie van dit tijdschrift voor hun opmerkingen en suggesties bij een eerdere versie van dit artikel.

2 Het kohier is uitgegeven in: J.G. van Dillen (red.), *Amsterdam in 1585. Het*

kohier der capitale impositie van 1585, Amsterdam 1941.

3 Zie voor een overzicht van de theorie op het gebied van detailhandelslocaties en verwijzingen naar literatuur Lesger 2013 (noot 1), 21-25.

4 C. Lesger, *Handel in Amsterdam ten tijde van de Opstand. Kooplieden, commerciële expansie en verandering in de ruimtelijke economie van de Nederlanden, ca. 1550-ca. 1630*, Amsterdam/Hilversum 2001, § 6.3 voor de Amsterdamse kooplieden aan het einde van de zestiende eeuw;

R.E. van der Leeuw-Kistemaker, *Wonen en werken in de Warmoesstraat van de 14de tot het midden van de 16de eeuw*, Amsterdam 1974 voor een uitvoerige analyse van de bewoners van de Warmoesstraat omstreeks het midden van de zestiende eeuw.

5 M. Fokkens, *Beschrijvinge der wijdt-vermaarde koop-stadt Amstelredam, van haar eerste beginselen, oude voorrechten... en, haar tegenwoordigen standt*, Amsterdam 1662; T. van Domselaar, *Beschryvinge van Amsterdam, haar eerste*

- oorspronk... tot dezen tegenwoordige jare 1665, is voorgevallen, Amsterdam 1665.
- 6 Het was daar, aldus Van Domselaer 1665 (noot 5), vol van 'open winkels, van alderley slach van waren'. Met een 'open winkel' werd een in het voorhuis gehouden winkel aangeduid.
 - 7 O. Dapper, *Historische beschrijving der stad Amsterdam, waerin de voornaemste geschiedenissen... vertoont worden*, Amsterdam 1663, 453. Zie tevens Joh.C. Breen, 'Topografische geschiedenis van den Dam te Amsterdam', *Jaarboek Amstelodamum* 7 (1909) 99-196, 148.
 - 8 Zie S.A.C. Dudok van Heel, 'Regent families and urban development in Amsterdam', in: P. van Kessel en E. Schulte (red.), *Rome - Amsterdam. Two growing cities in seventeenth-century Europe*, Amsterdam 1997, 124-145, 140 voor leegstand aan de St. Antoniesbreestraat en J.E. Abrahamse, *De grote uitleg van Amsterdam. Stadsontwikkeling in de zeventiende eeuw*, Bussum 2010 voor de grote stadsuitbreidingen van de zeventiende eeuw.
 - 9 Ik heb gebruikgemaakt van UCL Depthmap, versie 8.15.00c. Dit programma hanteert als rekenenheid de hoek die nodig is om van het ene straatsegment bij een volgend te komen. De resultaten van deze 'segment angular analysis' vertonen de meeste overeenkomst met de wijze waarop mensen zich in de praktijk door het stedelijk landschap bewegen. De hier gehanteerde analyse is beperkt tot het stratennetwerk *binnen* de stad en houdt dus geen rekening met de toegangswegen (over land en over water) naar de stad.
 - 10 Zie voor vastgoedprijzen aan verschillende straten Fokkens 1662 (noot 5), vooral 60-62 en 93.
 - 11 Boedelinventarissen worden aangetroffen in Stadsarchief Amsterdam, Desolate Boedelkamer (archief 5072).
 - 12 De prent zelf is in of kort voor 1614 gemaakt naar een verloren gegaan schilderij uit het midden van de zestiende eeuw. De scène valt te plaatsen in 1533/34, wanneer wederopers massaal naar Münster (het Nieuw Jeruzalem) trekken in afwachting van de wederkomst van Jezus.
 - 13 J.C. Waal, 'Oude winkelluifels te Amsterdam', *De Winkelier, Officieel orgaan van de Algemeene Winkeliersvereniging te Amsterdam* 23 (1923), 337-344, 341.
 - 14 Zie Stadsarchief Amsterdam, Desolate boedelkamer, inv.nr. 571, 157v-161 (20 januari 1646) en inv.nr. 622, 208v-211 (26 november 1699). In winkels waren lichtkronen dus zichtbaar eerder in gebruik dan in voorhuizen met uitsluitend een woonfunctie. Vergelijk C.W. Fock, '1600-1650', in: C.W. Fock (red.) *Het Nederlandse interieur in beeld 1600-1900*, Zwolle 2001, 16-79, 43-44 en C.W. Fock, '1650-1700', in: idem, 81-179, 109. Zie voor het gebrek aan licht in Amsterdamse huizen K. Muizelaar en D. Phillips, *Picturing men and women in the Dutch Golden Age. Paintings and people in historical perspective*, New Haven/Londen 2003, 56-61.
 - 15 In de grachtengordel was de breedte van de stoep vastgesteld op maximaal vier voet (circa 115 cm): *Binnenstad* 235 (augustus 2009) als gepubliceerd op www.amsterdamseinnenstad.nl.
 - 16 In een kant- en stoffenwinkel in de Warmoesstraat blijken er enkele op de vliering te staan. '[G]eschilderde kasjens om op de vensters te zetten', heette het daar. En in het voorhuis werd opgetekend: 'een glaase en houte kas op het venster'. Stadsarchief Amsterdam, notarieel archief (5075), inv.nr. 5628, akte van 30.11.1706, 977-1011, 991-992.
 - 17 Dat hoeft niet te verbazen, want vooral in de eerste helft van de zeventiende eeuw exploiteerden sommige winkeliers naast hun winkel ook een marktkraam. L. Danielsen in de St. Annenstraat 'uythangende de vergulde spiegel' dreef in het voorhuis inderdaad een winkel in spiegels, maar tevens bevatte de boedel een kraam met drie zijlen. Stadsarchief Amsterdam, Desolate boedelkamer, inv.nr. 572, 61v-67 (13 juni 1646).
 - 18 Fokkens 1662 (noot 5), 92. Het aantal van 220 huizen is redelijk nauwkeurig. Omstreeks het midden van de zestiende eeuw staan er 207 huizen in de Warmoesstraat, maar gezien de bevolkingsgroei en toenemende spanning op de vastgoedmarkt is het niet onwaarschijnlijk dat na die tijd enkele panden zijn gesplitst. Het cijfer van 207 bij Van der Leeuw-Kistemaker 1974 (noot 4), 12.
 - 19 Zie J. van Lennep en J. ter Gouw, *De uithangteekens, in verband met geschiedenis en volksleven beschouwd*, deel 1, Amsterdam 1868, 115 e.v..
 - 20 Stadsarchief Amsterdam, Desolate boedelkamer, inv.nr. 570, 253-283v (6 juli 1644). Zie over bedden in deze periode Fock 2001 (noot 14), 40.
 - 21 H.J. Zantkuijl, *Bouwen in Amsterdam. Het woonhuis in de stad (een boek in afleveringen)*, Amsterdam 1975-1992, 210. Technisch was het vervaardigen van de grotere ruiten in de roedenramen geen probleem. Zie voor de wens tot meer licht in huis tevens J. Pijzel-Dommisse, '1700-1750', in: Fock 2001 (noot 14), 181-259, 187 en 194.
 - 22 Zantkuijl 1975-1992 (noot 21), 216.
 - 23 Zie de uitgebouwde etalagekasten aan de Strand in Londen omstreeks 1790 als afgebeeld in N. Cox, *The complete tradesman. A study of retailing, 1550-1820*, Aldershot 2000, 69.
 - 24 Uit een vergelijkbare door Frans Buffa uitgegeven prent voor het zuidelijk deel van de Kalverstraat (bij de Munt) blijkt dat de modernisering daar veel minder ver was voortgeschreden. Daar treffen we nog volop uithangtekens, pothuizen en ook de traditionele stoepbanken. De verklaring is uiteraard dat dicht bij de Dam de commerciële potentie van loca-
- ties het grootst was, de vastgoedprijzen het hoogst en de drang tot innovatie het sterkst.
- 25 Zie voor glastechnologie Zantkuijl 1975-1992 (noot 21), 198 en de afbeeldingen in R.W. Douglas en S. Frank, *A history of glassmaking*, Henley-on-Thames 1972, hoofdstuk 6. In grote winkels als die van Bahlman aan de Nieuwendijk had men blijkens een beschrijving door Gerrit Lamberts omstreeks 1830 zelfs een 'spiegelglazen wand'. Stadsarchief Amsterdam, Collectie Handschriften, inv.nr. 77.
 - 26 Dit te meer omdat de belangrijkste bron van kunstlicht, het haardvuur, in winkels ontbrak.
 - 27 E. Berkers, 'Een nieuw licht', in: H. Lintsen en M. Bakker (red.), *Geschiedenis van de techniek in Nederland. De wording van een moderne samenleving 1800-1890* III, Textiel; Gas, licht en elektriciteit; Bouw, Den Haag/Zutphen 1993, 91-105, 98.
 - 28 Geciteerd bij D. Kouwenaar, *Tussen Dam en Muntplein. De levensgeschiedenis van de Kalverstraat*, [Den Haag] 1950, 82-83. In Nederland stond de Argandlamp ook bekend als Engelse lamp.
 - 29 Tot die tijd waren de aansluitkosten en de kosten van de lichtarmaturen voor velen nog te hoog. Bovendien gaf het gaslicht een grote hoeveelheid warmte af en had het tot de jaren veertig, toen men technieken ontwikkelde om het te zuiveren, vaak een onaangename geur die veroorzaakt werd door de verbranding van onzuiverheden uit de steenkool.
 - 30 Zie bijvoorbeeld het door de tekenaar Gerrit Lamberts op rijm voorgedragen verslag van een wandeling door Amsterdam. Daarin sprak hij van 'lichtend kolengaz' en dichtte hij: 'Als d'avond scheemring daalt dan opent ge Uwe kranen; En 't licht komt zich een weg in onze winkels banen' (Stadsarchief Amsterdam, Collectie Handschriften, inv.nr. 77, wandeling van Koningsplein naar Heiligeweg).
 - 31 Zie Lesger 2013 (noot 1), hoofdstuk 2, in het bijzonder tabel 2.2.
 - 32 Digitale Bibliotheek voor de Nederlandse Letteren (dbnl.org), *De verzen en enige proza-gedeelten der blyde inkomst van Maria de Medicis*. Dit betreft de vertaling van Caspar Barlaeus, *Medicea Hospes* uit 1638.
 - 33 Zie Abrahamse 2010 (noot 8).
 - 34 Zie de bijdragen in J.H. Furnée en C. Lesger (red.), *The landscape of consumption. Shopping streets and cultures in Western Europe, 1600-1900*, Houndmills 2014.
 - 35 Geciteerd bij J.C. Streng, *Vrijheid, gelijkheid, broederschap en gezelligheid. Het Zwolse Sint Nicolaasgilde tijdens het ancien régime*, Hilversum 2001, 43.
 - 36 Een uitzondering is E. Steegen, *Kleinhandel en stedelijke ontwikkeling. Het kramersambacht te Maastricht in de vroegmoderne tijd*, Hilversum 2006.

DR. C. LESGER studeerde economische en sociale geschiedenis aan de Universiteit van Amsterdam en promoveerde in 1990 op het proefschrift *Hoorn als stedelijk knooppunt. Stedensystemen tijdens de late middeleeuwen en vroegmoderne tijd*. Hij houdt zich vooral bezig met de vroegmoderne tijd en publiceerde over

handel en kooplieden, de sociaal-ruimtelijke structuur van vroegmoderne steden en de economische geschiedenis van Amsterdam. Hij is verbonden aan de Afdeling geschiedenis van de Universiteit van Amsterdam.

c.m.lesger@uva.nl

'WHERE THERE ARE PEOPLE, THERE IS TRADE'

RETAIL LOCATION PATTERN AND SHOP ARCHITECTURE IN AMSTERDAM, C. 1550–1850

CLÉ LESGER

This essay provides an overview of the evolution of the location and appearance of Amsterdam shops in the period from around 1550 to 1850. With the aid of a new technique (Space Syntax Analysis) it has been established that shops selling luxury goods were located in highly accessible areas within the Amsterdam street network. In practice this meant in the vicinity of Dam Square, the old riverbanks either side of the River Amstel, and along the radial streets running from the city gates and outlying districts into the city centre. Because the street pattern of the early modern part of Amsterdam changed very little, existing accessibility patterns and thus also the retail function of the old shopping streets endured. Even today those old retail development patterns are still apparent. Shops selling food and other daily necessities were – in line with existing location theories – dispersed across the city.

For centuries Amsterdam shops had an open character reminiscent of market stalls. Shopkeepers placed their wares on the stoop, on window ledges and on folded-down lower shutters, or they hung the goods from the well-nigh ubiquitous awnings. This practice was hardly surprising since the front part of the house was usually poorly lit, and steps, cellar doors, cellar shops and other obstacles prevented pedestrians from walking close to the facades. As such, the facade and the stoop served as the shopkeeper's display case. It was not until the late seventeenth century and more espe-

cially during the eighteenth century that the shops on the main shopping streets started to place their wares inside the building, thereby following the example of shops in London and Paris and responding to the well-to-do clientele's desire for privacy. This transition was aided by the introduction of timber mullion and transom windows with large panes of clear glass, the removal of awnings and the clearing of obstacles on the stoop. In addition, from the late eighteenth century there were technological innovations in interior lighting (Argand oil lamp and gas lamp), while the second half of the eighteenth century saw the emergence of the first 'real' shopfronts with accentuated entrances.

With the relocation of the merchandise from the facade and the stoop to the shop space behind the facade, the furnishing of this space gained in importance. The sometimes exceedingly austere sixteenth- and seventeenth-century interiors, especially in the shops selling luxury goods on the main shopping streets, started to give way to interiors with beautifully decorated counters, cabinets and display cases. From the beginning of the nineteenth century, and once again influenced by London and Paris, the vital link with the public in the street was maintained via projecting shop windows and later by flat display windows and lavish lighting of the shop interior. At the same time, the first examples of the chain store made their appearance in Amsterdam.