

MijnDenHaag* Winkelt!

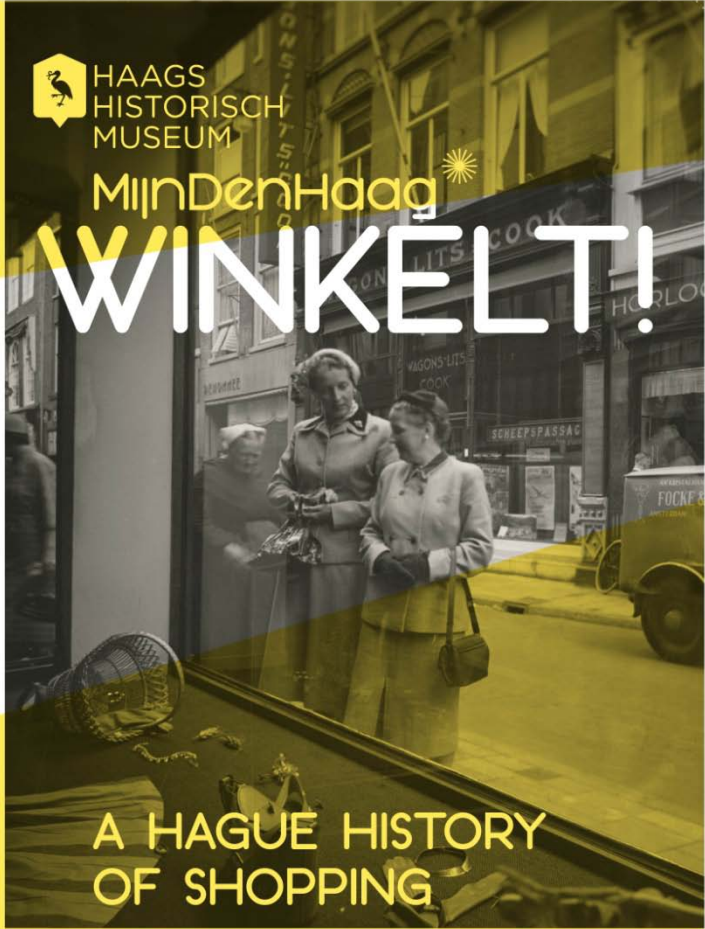
Van 24 september 2011 t/m 8 januari 2012 was in het Haags Historisch Museum de tentoonstelling MijnDenHaag*Winkelt te zien. Deze tentoonstelling werd gerealiseerd in het kader van het project MijnDenHaag*.

De tentoonstelling is inmiddels verdwenen, maar het museum is weer een schat aan informatie rijker. We delen deze informatie graag met u.

De historie van de markt, de winkel en het warenhuis

Het project MijnDenHaag* inspireerde ruim 800 Hagenaars om de afgelopen jaren hun favoriete voorwerp te tonen en hun herinneringen te vertellen; vaak ging het over winkels. Daarom nu deze tentoonstelling in de reeks MijnDenHaag* over Den Haag als winkelstad, met de persoonlijk gekozen voorwerpen als uitgangspunt.

Winkelen is voor iedereen een dagelijkse bezigheid. Logisch dat er tussen de MijnDenHaag* voorwerpen veel zijn die op de een of andere manier met dit thema te maken hebben. Hier staan deze objecten centraal in de bredere context van voorwerpen uit de museumcollectie en uit andere collecties. Samen geven zij een sfeerbeeld van het winkelen door de eeuwen heen. Dit begint bij de straathandel en de markten. Voor luxere goederen kunnen de inwoners van het dorp Die Haghe terecht bij winkeltjes in het dorp Die Haghe. In de tweede helft van de 19^{de} eeuw neemt het aantal winkels een grote vlucht. Dan ook wordt de basis gelegd voor het winkelhart van Den Haag, zoals we dat nu kennen.



HAAGS
HISTORISCH
MUSEUM

MijnDenHaag*
WINKELT!

A HAGUE HISTORY
OF SHOPPING

24 SEP 2011 – 08 JAN 2012

WWW.HAAGSHISTORISCHMUSEUM.NL WWW.MIJNDENHAAG.ORG

Winkelen in Den Haag

In de middeleeuwen is de markt een belangrijke plaats voor de inkoop van de dagelijkse levensbehoeften, zoals groenten en fruit. Rondtrekkende marskramers verkopen gebruiksvoorwerpen voor in huis. In kleine winkels bij een ambachtsman aan huis koopt men keukengerei, schoenen en dergelijke. Exclusieve goederen, zoals kruiden, stoffen en aardewerk worden te koop aangeboden in aparte winkels. Dit blijft tot ver in de 19^{de} eeuw.

Na 1850, wanneer de stad sterk groeit, komen er steeds meer detailhandelaars. Ook de opkomst van massaproducten speelt hierbij een rol.

Tegen het eind van die eeuw valt ook het begin van het filiaalbedrijf te traceren. Dit krijgt in de eerste decennia van de 20^{ste} eeuw een sterke marktpositie met bekende namen als De Gruyter, Simon de Wit en Albert Heijn. Eind jaren 40 wordt de zelfbediening geïntroduceerd en kort daarop de supermarkt. Den Haag kent hierin een eigen ontwikkeling met de komst in 1968 van de Konmar, een Haags bedrijf.

Een andere ontwikkeling is eind 19^{de} eeuw de opkomst van het warenhuis. Den Haag kent al een vroeg voorbeeld met de Bazar van Dirk Boer aan de Zeestraat. In de 20^{ste} eeuw verrijzen in het centrum diverse warenhuizen. Zeer markant is de Bijenkorf, die samen met de Passage aparte aandacht krijgt.



Afbeelding 1: Winkelend publiek in de Markthof aan de Gedempte Gracht, 1978. De Markthof is op initiatief van Levi Lassen eind jaren '60 aangelegd. De Markthof vormt een herinnering aan de joodse buurt hier ter plekke. Het winkelgebied werd eind jaren '80 uitgebreid

Dagelijkse handel

De markt is al vroeg in de Haagse geschiedenis het belangrijkste verkoopkanaal voor onder meer voedingsmiddelen. Dagelijks worden de producten vers aangeboden. In een tijd zonder koelkast was dat zeer belangrijk.

De markten waren volgens gemeentelijk voorschriften beperkt tot verschillende vaste plaatsen in de stad, grenzend aan de belangrijkste winkelstraten. De levendige drukte is goed te zien op de vele prenten en schilderijen.

De straten van Den Haag zijn altijd het terrein geweest van de marskramers en uitventers. Zij bepaalden met hun waren, kramen en karren het straatbeeld. Ook langs de deur werd veel verkocht door de bakker, de groenteman, de melkboer en andere leveranciers.

De detailhandel

De eerste winkels in het centrum van Die Haghe zijn ambachtelijk; de bakker bakte zijn eigen brood en de slager slachtte zelf zijn beesten. Ook de schoenlapper, de zilversmid en de koperslager brachten leven in de brouwerij.

In de winkels in het centrum worden voor het grootste deel luxe en duurzame gebruiksgoederen verkocht. Ook mensen vanuit de omgeving komen hiervoor te voet of per schip naar de stad.

Na 1850 neemt het aantal winkels sterk toe. Tegen het eind van de eeuw ontstaat de middenstand met de kruidenier als duidelijk voorbeeld. De kruidenier verkocht allerhande waren van zeep, veters, suiker, grutten (gemaakt van boekweit) tot zelfgebrande koffie. De klanten worden vanachter een toonbank bediend en de producten staan uitgesteld in open houten kasten, in schappen en in grote winkelblikken. De waren worden los verkocht, afgewogen of gemeten en in een puntzak of pakpapier verpakt. Voor grotere hoeveelheden mocht men de eigen emmer of schaal meenemen.

Filiaalbedrijf

Rond 1900 raakt door het succes van het filiaalbedrijf de positie van de kruidenier in de knel. De opkomst van coöperaties, zoals Eigen Hulp en de Volharding, met hun eigen winkels speelt hierbij een belangrijke rol. Ook de zelfstandige filiaalbedrijven zoals Albert Heyn, De Gruyter en Simon de Wit dragen hier aan bij. Zij maken gebruik van moderne verkoopmethoden en kunnen door massaproductie een lagere prijs vragen. Hierbij vervalt het op de pof betalen. Toch blijft dit systeem bij de winkel op de hoek nog tot ver na de Tweede Wereldoorlog gehandhaafd.

De filiaalbedrijven kunnen door hun landelijke spreiding goed gebruik maken van reclame en allerlei actiemiddelen. Hun winkels worden in één stijl ingericht en krijgen een luxe uitstraling, die borg moet staan voor de kwaliteit die men voert.

Van bediening naar zelfbediening en supermarkt

Na de oorlog wordt de vertrouwde toonbank in de buurtwinkel ingewisseld voor zelfbediening. De klant kan zelf de producten uitzoeken en in zijn winkelmandje meenemen naar de kassa. Dit alles heeft grote gevolgen. Er is minder personeel nodig, een nieuwe verkooptechniek wordt geïntroduceerd met een gewijzigd aanbod en er verschijnen voorverpakte producten opgesteld in displays. In 1948 is de eerste zelfbedieningswinkel, in

Nijmegen, een feit. Ook in Den Haag verschijnen in de loop van de jaren 50 zelfbedieningswinkels.

De nieuwe verkoopmethode is een revolutie in de levensmiddelenhandel. De prijzen komen daardoor ook onder druk te staan. Veel van de traditionele winkels zullen het uiteindelijk niet kunnen bolwerken tegen de supermarkten.

In de jaren 60 krijgt het publiek te maken met de prijsbrekers: de discounters. In Den Haag is het de Konmar, die in 1968 start in een oude fabriekshal van 1.500 m² aan de Waldorpstraat en merkartikelen onder de standaardprijzen verkoopt met kortingen van 10 tot 30%.

Warenhuizen

In de loop van de 19^{de} eeuw krijgen de winkels in het centrum een steeds luxere uitstraling met een eigen specialiteit. Eén van de vroegste Haagse voorbeelden in de jaren 30 van de 19^{de} eeuw is de Grand Bazar Royal van oosterse goederen van Dirk Boer aan het Plein. In de jaren 70 is het de firma Pander met zijn meubelwinkel aan de Wagenstraat. Rond 1900 heeft deze zaak een vloeroppervlak van 3.000 m² en is daarmee de grootste winkel van Den Haag.

Ook in de kledingbranche ontstaat een nieuwe ontwikkeling, ingezet door textielhandelaren uit Westfalen met bekende namen als Cloppenburg, Dreesmann, Kreymborg, Peek en Voss. Al deze firma's vestigen ook filialen in Den Haag. Hieruit ontwikkelt zich het warenhuis, dat degelijkheid en kwaliteit uitstraalt met een breed assortiment. Bij binnenkomst wordt men vaak in het Frans aangesproken. Het eerste grote warenhuis in de stad, vergelijkbaar met de huidige warenhuizen als de Bijenkorf en V&D, is de Grand Bazar de la Paix aan de Spuistraat.

Het centrum krijgt vanaf het begin van de 20^{ste} eeuw een steeds grotere winkeldichtheid. Vanaf 1870 komen er in de wijken op de doorgaande straten en op de straathoeken steeds meer winkels waar de dagelijkse levensbehoeften worden verkocht.

Winkelstraten van Den Haag

De oudste winkelstraten zijn de Spuistraat, een belangrijke verbindingsweg door het centrum, de Wagenstraat en het Westeinde.

Tot begin 20^{ste} eeuw zijn er allerlei winkels in het centrum, die zich vooral richten op eerste levensbehoeften. Later verschuift het aanbod naar kleding-, schoenen- en meubelwinkels en warenhuizen.

Winkelstraten als de Boekhorststraat, Hoogstraat en Venestraat ontstaan. Diverse verkeersdoorbraken maken het winkelcentrum toegankelijker. De eerste doorbraak vindt plaats in 1861 met de verbreding van de Gravenstraat, gevolgd door de aanleg van de Hofweg en de doorbraak van de Grote Marktstraat.

Er ontstaan rijk gedecoreerde winkelpuien. Her en der zijn nog (delen van) authentieke interieurs bewaard gebleven. Uit de rijke vormgeving blijkt overduidelijk dat Den Haag een sterke koopkrachtige vraag had en heeft.

Het winkelen werd in het verleden veraangenaamd door tal van 'verversingssalons' waar de chique Hagenaar op gepaste wijze een versnapering nuttigde. Ook de gewone Hagenaar bleef inkopen doen in de binnenstad.



Afbeelding 2: Prentbriefkaart van de Groenmarkt met links het restaurant van 't Gouden Hooft in 1929. Dit door de 17de-eeuwse architect Pieter Post ontworpen gebouw werd in 1938 vervangen door het huidige restaurantgebouw. Rechts hiervan de sigarenwinkel van de firm.

Hoogstraat

De Hoogstraat is één van de oudste straten van Den Haag met een eerste vermelding uit 1370. De straat ontwikkelt zich in de 19^{de} eeuw tot één van de chique winkelstraten van de stad.

Hier treffen we in de jaren 80 de eerste gerenommeerde namen aan van bekende landelijke firma's. Ook de later bekende Haagse namen, zoals Dungelmann, Iserief, Lörtzer, Perry, Philippona en Rimmel vestigen zich hier. De samenstelling van het winkelbestand is dan heel gemengd. Er zijn veel manufacturenwinkels (kledingzaken). Verder treft men er winkels in comestibles en delicatessen, zoals die van de firma Eichholtz en Dungelmann. Ook juweliers zijn goed vertegenwoordigd en er is een kantoorboekhandel van de firma Perry.

In de 20^{ste} eeuw komen er nog verschillende bekende namen bij. In de textielsector zijn dat A. Vahle, Maison de Blanc en de herenmodezaak Den Brul. In de juweliersbranche openen de firma's Scharenberg, In den Silveren Moolenbecker en de nog bestaande firma Citroen hun deuren. Een veelzeggende naam uit een andere sector is de firma Metz & Co en ook de firma Rademaker had hier een chocolateriewinkel.

De Hoogstraat heeft nog steeds een chique uitstraling. Toch ontbreken hier, net zoals elders, de zaken van bepaalde winkelketens niet. Zij bedienen echter veelal het hogere segment in de markt.

Boekhorststraat

De Boekhorststraat is aangelegd in 1640 en heeft zich al vroeg ontwikkeld tot winkelstraat. Aan het eind van de 19^{de} eeuw is het één van de belangrijkste winkelstraten in de binnenstad. Zo is hier de eerste vestiging van Vroom & Dreesmann in Den Haag te vinden. Hier zijn veel verschillende winkels aanwezig, waaronder vooral de kledingbranche goed is vertegenwoordigd.

Als in de jaren twintig de Grote Marktstraat wordt aangelegd, krijgt de Boekhorststraat stevige concurrentie. Het vertrek van de markt van de Prinsegracht naar de Herman Costerstraat in 1932 zorgt ook voor minder klandizie. Toch is de straat tot in de jaren vijftig nog een aantrekkelijke winkelstraat.

In de jaren 70 zetten groter veranderingen in. Veel panden staan leeg en verkrotting dreigt. Na een moeilijke tijd heeft de straat de laatste jaren zijn draai weer gevonden en begint het langzaam weer een aantrekkelijk winkelstraat te worden. Een straat die een afspiegeling is van de omliggende wijk en de aangrenzende Schilderswijk met winkels van diverse pluimage en culturele achtergrond.

Winkelfeesten

Op verschillende manieren probeert de middenstand in de woonwijken de belangstelling van het publiek te trekken. Regelmatig worden festiviteiten georganiseerd waarbij de winkels een belangrijke rol spelen. Er wordt een taptoe gehouden of kinderspelen georganiseerd en reclameoptochten door de stad gehouden en de straten feestelijk verlicht.

Geliefd zijn de Haagse winkelweken waarbij straten worden versierd en bijzondere acties worden verzonden. De inrichting van de etalages krijgt daarbij bijzondere aandacht. Soms wordt dit gekoppeld aan een etalagewedstrijd onder de winkeliers. Ook worden speciale wijkgebeurtenissen aangegrepen voor feesten. Zo komt het in de jaren 30 diverse malen voor dat er een winkelweek is ter gelegenheid van de asfaltering van een belangrijke winkelstraat, zoals de Prins Hendrikstraat in 1928. In de Boekhorststraat wordt in 1935 door winkeliersvereniging Vooruit een winkelweek georganiseerd ter gelegenheid van 50 jaar winkelcentrum Boekhorststraat. Ook tegenwoordig zijn er nog winkelfeesten in de wijken, meestal in de vorm van een braderie.

Buitenreclame

Reclame maken voor de eigen winkel is van alle tijden. In het verleden gebeurde dit met een eenvoudig metalen uithangbord of een geschilderde naam op de gevel of in steen in het trottoir. Eind 19^{de} eeuw wordt reclame maken een apart vak. Sommige winkels laten grote geschilderde reclames aanbrengen op een blinde muur vlakbij. Landelijk opererende bedrijven laten emaille reclameborden maken, die aan de gevels van winkels worden opgehangen. Vanaf de jaren 20 verschijnt met de neonreclame weer een nieuwe vorm van buitenreclame. Het straatbeeld van winkelstraten wordt daarmee steeds drukker en

overdadiger getooid. Zo zelfs dat hiertegen een ware protestbeweging op gang komt, met als gevolg dat de overheid hier regulerend gaat optreden.
Na de oorlog valt de opkomst van de lichtbak te traceren, die vooral het straatbeeld van de huidige winkelstraten is gaan bepalen.

Het winkelinterieur

De rijke variatie van winkels in het centrum kende een grote diversiteit aan interieurs. De winkeliers besteedden veel aandacht aan hun inrichting. Goed verzorgde uitstallkasten en bijzonder meubilair zetten de toon. Exclusieve houtsoorten of tegelwanden, symbolen en motieven die met de eigen handel te maken hebben, versterken daarbij het specifieke karakter van de winkel. Legendarisch zijn de Jugendstil interieurs van banketbakker Krul, de melksalon van De Landbouw en de diverse Sierkan melksalons. Verspreid over de stad zijn nog verschillende juweeltjes van authentieke interieurkunst te vinden, zoals de Hofstadapotheek, drogisterij Van der Gaag, sigarenmagazijn De Graaff en kruidenierswinkel De Gruyter aan de Beeklaan.

In jaren 60 komt de standaardisatie. Winkelketens gaan de toon zetten en het historische interieur verdwijnt langzamerhand. Met de komst van migranten verschijnen nieuwe winkels en wordt het aanbod ook wat interieurs betreft verrijkt. Aanvankelijk zijn het alleen winkels van voedingsmiddelen, maar tegenwoordig is er een breder aanbod, die door het eigen product een specifieke inrichting kennen, net als in het verleden.



Afbeelding 3: Winkelend publiek in de Hoogstraat, ca.1945

Van Wielik Kneuterdijk

Met de overname van de horlogerie van de weduwe Jeannet start in 1841 J.M.J. van Wielik dit gerenommeerde Haagse bedrijf. Zijn verzameling onderscheidingen brengt hem ertoe zich op dit gebied te specialiseren. Rond 1900 begint Van Wielik met de vervaardiging en verkoop van eretekens.

De belangrijkste onderscheidingstekens die worden verleend, zijn die voor de orde van Oranje-Nassau. Verder zijn er de Orde van de Nederlandse Leeuw en diverse militaire en civiele ridderorden. De grote onderscheidingstekens komen van de Nederlandse Munt. De draagtekens worden bij Van Wielik gemaakt. Uit allerlei kleuren lint worden deze gevouwen, geknoopt en genaaid.

Het lint wordt in diverse breedtes toegepast, onder meer voor sjerpen die bij een bepaald onderscheidingsteken horen. Ook buitenlandse ordetekens worden bij Van Wielik vervaardigd. Daarnaast maakt men herinneringstekens, zoals penningen voor jubilerende bedrijven en eretekens voor sportevenementen.

Van der Gaag Groenmarkt

In 1796 koopt Willem Arie van der Gaag het 16^{de}-eeuwse pand aan de Groenmarkt waar de drogisterij onder deze naam nog steeds is gevestigd. Het is daarmee inmiddels de oudste winkel van Den Haag. In het interieur herinneren nog veel zaken aan vervlogen tijden door de bijzondere verzameling historische objecten in de sfeer van apotheek en drogist. In de ruim 200 jaar van haar bestaan is het assortiment van de winkel meegegroeid met de eisen van de tijd. Er worden nog altijd producten verkocht die men ook in 1796 voerde, zoals kruiden en geneesmiddelen, maar de huidige producten op gezondheidsgebied, homeopathie, huidverzorgingen en kruiden- en theemelange zijn er ook te koop.

S.J. Bik De Geest

Rond 1890 opent Simon Johannes Bik aan de Geest zijn winkel, die uit zou groeien tot een bekende hoeden- en pettenzaak. Aanvankelijk is het assortiment breder dan alleen hoofddekseel en wordt ook herenkleding verkocht. Later wordt dit vooral werkkleding, zoals schorten, jassen voor kruideniers, slaggers, kappers en dokters, schildershemden en... zakken waar bloedworst in gemaakt werd.

De zaken lopen voorspoedig en in 1901 wordt de winkel voorzien van een geheel nieuwe inrichting. Een deel van deze winkelinrichting staat hier op de tentoonstelling uitgesteld. Tot 1992 wordt de winkel gedreven door een telg uit de familie Bik. Dan overlijdt Jo Bik, de laatste winkelierster en lijkt de deur definitief dicht te gaan. Buurtgenoot en hoedenliefhebber Sophie Spier weet dit te voorkomen en zet de winkel, onder de naam Bik, nog tien jaar voort. In 2002 valt toch definitief het doek voor deze bijzondere Haagse winkel waar de twee culturen van Den Haag hun inkopen deden. Al lagen de hoeden en petten wel uitgesteld in gescheiden etalages.