

Winkelen in de provincie

Een onderzoek naar het winkellandschap van Utrecht in de negentiende eeuw



Annebel Spanjersberg - s4349652

Bachelorwerkstuk Geschiedenis

Begeleider: dr. Anneleen Arnout

Inleverdatum: 15 juni 2016

Inhoudsopgave

Inleiding	3
Sociaaleconomische ontwikkeling van Utrecht in de negentiende eeuw.....	10
Het winkellandschap van Utrecht in de negentiende eeuw	13
Het Utrechts winkellandschap tussen 1800 en 1850	13
Het Utrechts winkellandschap tussen 1850 en 1890	18
Conclusie	28
Bibliografie	31
Bronnen	31
Literatuur	31
Afbeeldingverantwoording.....	34
Bijlagen	35

Inleiding

In februari 2015 kwam het nieuws naar buiten dat het warenhuis V&D een reddingsplan had ontworpen, omdat het bedrijf in grote schulden verkeerde.¹ Op oudejaarsdag 2015 viel dit plan officieel in duigen: de V&D werd failliet verklaard. Hiermee verdween een van de meest prominente warenhuizen in Nederland uit het winkellandschap van verscheidene steden. Het warenhuis V&D werd in 1887 opgericht door zwagers Willem Vroom en Anton Dreesman.² Zij waren Duitse immigranten. Deze groep nieuwkomers richtte talloze vergelijkbare ondernemingen op in de late negentiende eeuw, die tegenwoordig in het winkellandschap aanwezig zijn, of in ons collectief geheugen zijn opgenomen. Denk bijvoorbeeld aan Hunkemöller, C&A en Peek & Cloppenburg. De winkel van Sinkel is een dergelijke onderneming die enkel in ons collectieve geheugen nog bekend is. Onder andere vanwege het aanstekelijke reclame rijmpje:

*'In de winkel van Sinkel
Is alles te koop
Daar kan men alles krijgen:
Mandjes met vijgen,
Doosjes pommade,
Flesjes orangeade,
Hoeden en petten
en damescorsetten
Drop om te snoepen
en pillen om te'³*

De ondernemingen van Duitse winkeliers, die in de negentiende eeuw tot stand kwamen, kunnen worden gezien als voorlopers van warenhuizen en in sommige gevallen als de eerste warenhuizen. Deze winkels kwamen natuurlijk niet zomaar uit de lucht vallen. De rijke voorgeschiedenis van warenhuizen dient in het perspectief worden geplaatst van de ontwikkelingen in de detailhandel en het winkellandschap van de negentiende eeuw, waar dit onderzoek zich op zal richten.

Het onderzoek naar de geschiedenis van consumptie, kleinhandel en winkelwezen is lange tijd gedomineerd door de theorie dat er een revolutie heeft plaatsgevonden in de detailhandel in de tweede helft van de negentiende eeuw. De opkomst van moderne winkelvormen zoals het warenhuis speelden een grote rol in deze verandering in de negentiende eeuw.⁴ In het onderzoek van Michael Miller in de publicatie *The Bon Marché* (1981) ligt de focus op een van de grootste warenhuizen in Parijs, Le Bon Marché. Miller geeft aan dat er twee ontwikkelingen plaatsvonden die

¹ NOS, 'V&D: We hebben 80 procent van de oplossing', <<http://nos.nl/artikel/2018025-v-d-we-hebben-80-procent-van-de-oplossing.html>> [geraadpleegd op 10-06-2016].

² Hanneke van Houwelingen, 'Stadsarchief Amsterdam wil geschiedenis V&D redden', *Het Parool*, <<http://www.parool.nl/amsterdam/stadsarchief-amsterdam-wil-geschiedenis-vend-redden~a4255455/>> [geraadpleegd op 10-06-2016].

³ Winkel van Sinkel, 'Historie' <<http://www.dewinkelvansinkel.nl/historie/>> [geraadpleegd op 10-06-2016].

⁴ Zie bijvoorbeeld: James Jeffreys, *Retail Trading in Britain, 1850-1950* (Cambridge, 1954).

het ontstaan van de Bon Marché konden faciliteren. Ten eerste de revolutie in de detailhandel. De groeiende middenklasse (*bourgeoisie*) verwierf in de negentiende eeuw steeds meer rijkdom. Door de nieuwe financiële mogelijkheden werd de vraag naar grote winkelfaciliteiten gestimuleerd. Een voorbeeld hiervan zijn de *magasins des nouveautés*. Deze winkelvorm was aan een langzame opmars bezig, maar ondervond door bovenstaande ontwikkelingen een extra impuls.⁵ In de *magasins des nouveautés* werden goederen zoals wol en zijde, maar ook producten zoals sjaals, lingerie en handschoenen verkocht.⁶ Ten tweede speelde de Industriële Revolutie een grote rol in het ontstaan van het warenhuis. Miller redeneert dat Frankrijk in de negentiende eeuw niet geheel geïndustrialiseerd was, maar dat de reeds bestaande fabrieken de mogelijkheid boden om de producten in grotere hoeveelheden te produceren. De combinatie met het reeds bestaande handwerk resulteerde in stabielere prijzen van producten, wat voor de consument een groot voordeel betekende.⁷ Door het warenhuis te bestuderen in deze periode, is het volgens Miller mogelijk om meer inzicht te verkrijgen in de cultuur van de *bourgeoisie*.

De groeiende middenklasse was volgens Bill Lancaster een onderdeel van de *consumer revolution*, zoals hij stelt in zijn boek *The Department Store* (1995).⁸ Dit concept houdt in dat de consument een deel van het aanbod van de winkels ging bepalen. Het winkelaanbod werd aangepast aan de consument, door goederen aan te bieden waar vraag naar was.⁹ Bovenstaande literatuur richt zich dus duidelijk op een revolutie in de detailhandel en de consumptiemaatschappij, die geplaatst wordt in de negentiende eeuw. Tammy Whitlock bestudeert in haar werk *Crime, Gender and Consumer Culture in Nineteenth-Century England* (2007) de oorsprong en de ontwikkeling van de consumptiecultuur in Engeland de negentiende eeuw.¹⁰ Zij stelt dat er niet gesproken kan worden van een helder te onderscheiden revolutie, zoals Lancaster wel beargumenteerd, die hieraan ten grondslag zou liggen.¹¹ Whitlock stelt dat gedurende de gehele negentiende eeuw massaproductie en nieuwe verkoop- en vervoerstechnieken ervoor zorgden dat winkeliers zich konden richten op een grotere groep consumenten.¹²

Er komen ook auteurs op die beargumenteren dat ontwikkelingen in het winkellandschap al eerder plaatsvonden dan in de negentiende eeuw. In de bundel van Jon Benson en Laura Ugolini, *Cultures of Selling: perspectives on Consumption and Society since 1700* (2006), beargumenteren

⁵ Michael B. Miller, *The Bon Marché - Bourgeois Culture and the Department Store, 1869-1920* (Princeton NJ, 1981), 21-26.

⁶ Miller, *The Bon Marché*, 25.

⁷ Ibidem, 31-33.

⁸ Susan Porter Benson, 'Reviewed work: The Department Store - a social history', *The Journal of American History*, 84(2), 675.

⁹ Benson, 'The Department Store', *The Journal of American History*, 84(2), 675.

¹⁰ Tammy Whitlock, *Crime, Gender and Consumer Culture in Nineteenth-Century England* (Aldershot, 2005), 3-5.

¹¹ Whitlock, *Crime, Gender and Consumer Culture*, 13.

¹² Ibidem, 3-5.

verschillende auteurs dat ontwikkelingen in de detailhandel, die normaliter in de revolutie van de negentiende eeuw werden geplaatst, al vanaf 1700 in het Engelse winkellandschap te onderscheiden waren. Zij beschrijven bijvoorbeeld de veranderende rol van etalages, verkooptechnieken en advertentiecultuur.¹³ Ook Jon Stobart, Andrew Hann en Victoria Morgan stellen in hun monografie over de ontwikkeling van het winkelen en vrijetijdsbesteding in stedelijk Engeland tussen ca. 1680 en 1830 dat in de achttiende eeuw de winkelcultuur zich sterk ontwikkelde.¹⁴ Deze is volgens hen niet direct gekoppeld aan het ontstaan van het warenhuis, maar ontwikkelde zich al gedurende de achttiende eeuw.¹⁵ Het aantal winkels, en daarmee het aanbod van producten, groeide in deze periode in Engeland flink.¹⁶ Dit aanbod werd mede gestimuleerd door de toegankelijkheid van overzees geïmporteerde producten, zoals Jon Stobart in zijn *Spend, Spend, Spend* (2008) bestudeerd. Met dit werk biedt hij bovendien een nog uitgebreider overzicht van de Engelse winkelcultuur, vanaf de middeleeuwen tot in de twintigste eeuw.¹⁷

De focus van het onderzoek naar de geschiedenis van consumptie, kleinhandel en winkels is lange tijd gedomineerd door een Angelsaksische perspectief. Er is echter ook onderzoek naar andere landen in opkomst. Zo richtte het onderzoek over het winkellandschap in Nederland zich eerst ook op warenhuizen. Roger Miellet en Marieke Voorn publiceerden het publieksboek *Winkelen in Weelde* (2001), waarin een overzicht wordt gegeven van de ontwikkelingen in het grootwinkelbedrijf van de negentiende tot in de eenentwintigste eeuw aan de hand van verschillende casestudies.¹⁸ Zij geven aan dat de detailhandel in de negentiende eeuw een explosieve ontwikkeling doormaakte, door de groei van de steden en de daaropvolgende ontwikkeling van het winkellandschap. Hieruit kwamen de grootwinkelbedrijven voort, die zich in de twintigste en eenentwintigste eeuw onder andere in Nederland vestigden. Hiermee groeide de populariteit van winkelen als vrijetijdsactiviteit.¹⁹ Winkelen als vrijetijdsconcept wordt verder geëxploreerd in het artikel 'Om te winkelen, zoo als het in de residentie heet' (2002) van Jan Hein Furnée.²⁰ Hij geeft aan dat de winkelstraten van Den Haag in de

¹³ John Benson, Laura Ugolini, *Cultures of Selling: perspectives on Consumption and Society since 1700* (Aldershot, 2006).

¹⁴ Jon Stobart, Andrew Hann en Victoria Morgan, *Spaces of Consumption - Leisure and Shopping in the English town, c.1680-1830* (New York, 2007).

¹⁵ Stobart e.a., *Spaces of Consumption*, 17-18.

¹⁶ Ibidem, 13-17.

¹⁷ Jon Stobart, *Spend, Spend, Spend* (Gloucestershire, 2008), 81-87.

¹⁸ Roger Miellet is voormalig directeur van de Bijenkorf en Galeries Modernes. Marieke Voorn schreef o.a. ook 'Een heilzame douche. Het debat rond de oprichting van Volksbadhuis Koekoeksplein in Utrecht (1899-1904)' in *Jaarboek Oud-Utrecht* (2000), 166-170.

¹⁹ Roger Miellet, Marieke de Voorn, *Winkelen in Weelde: warenhuizen in West-Europa, 1860-2000* (Zutphen, 2001), 11-17.

²⁰ Het genderperspectief in combinatie met onderzoek naar de ontwikkeling van de winkelcultuur en het winkellandschap ziet men ook terug bij het werk van Tammy Whitlock; Jan Hein Furnée, 'Om te winkelen, zoo als het in de residentie heet: Consumptiecultuur en stedelijke ruimte in Den Haag, 1850-1950', *Jaarboek voor de Vrouwengeschiedenis* (2002), 29-50.

tweede helft van de negentiende eeuw voornamelijk werden bezocht door mannen en vrouwen uit de gegoede burgerij. Winkelen werd vanaf 1870 een vrijetijdsbesteding voor vrouwen en dochters, die aan het eind van de ochtend de winkelstraten bezochten. Volgens Furnée bevestigde deze vrijetijdsbesteding de genderrollen die bestonden in de negentiende eeuw, maar was de groei van het winkellandschap en de economische besteding van vrouwen tegelijkertijd een belangrijke factor in de groei van de vrouwelijke uithuizigheid in de negentiende eeuw en vroege twintigste eeuw.²¹

Clé Lesger past in zijn monografie een breder perspectief toe qua tijdsperiode en vergroot de diversiteit van het type bestudeerde winkels. In *Het winkellandschap van Amsterdam* (2013) onderzoekt hij de ontwikkeling van het gehele winkellandschap en de consumptiecultuur van Amsterdam tussen 1550 en 2000.²² Hij plaatst deze ontwikkelingen binnen een historisch, sociaal-economisch en cultureel perspectief. Hij stelt dat er in Amsterdam al sinds de zeventiende eeuw ontwikkelingen gaande zijn die voorheen als ontwikkelingen werden gezien die in de negentiende eeuw plaatsvonden. Hiermee zet hij zich af tegen de theorie die lange tijd de bestudering van het winkellandschap heeft gedomineerd, namelijk dat de industrialisatie een direct invloed had op de groei van het winkellandschap.²³ Anneleen Arnout past deze bredere aanpak toe in haar werk over het winkellandschap van Brussel in de negentiende eeuw. De tijdsafbakening is hier wellicht kleiner, maar ook zij bestudeert het geheel en de diversiteit van winkels in Brussel.²⁴ Uit haar studie blijkt dat in Brussel de oude, traditionele winkels naast de nieuwe, moderne concepten van winkels konden bestaan. Zij verdwenen niet plotsklaps uit het straatbeeld en in sommige gevallen ontwikkelden de traditionele winkels zich ook in de moderne concepten.²⁵ Jan Hein Furnée en Clé Lesger (red., 2015) laten in de bundel *The landscape of consumption: shopping streets and cultures in Western Europe, 1600-1900* verschillende auteurs aan het woord, die deze breder visie toepassen op zowel metropolen, als Nederlandse steden tussen 1600 en 1900. Deze bundel bevat ook artikelen die gaan over pre-industriële of industrialiserende steden en de ontwikkeling van het winkellandschap aldaar.²⁶

Dit onderzoek zal zich richten op de bestudering van het stedelijk winkellandschap van Utrecht.²⁷ Aan het begin van de negentiende eeuw was Utrecht een provinciale stad, met een

²¹ Furnée, 'Om te winkelen', 49-50.

²² Clé Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam: Stedelijke structuur en winkelbedrijf in de vroegmoderne en moderne tijd, 1550-2000* (Hilversum, 2013).

²³ Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam*, 13.

²⁴ Anneleen Arnout, *Sights/Sites of Splendor. The shopping landscape of nineteenth-century Brussels* (Leuven, 2015).

²⁵ Arnout, *Sights/Sites of Splendor*, 419-421.

²⁶ Jan Hein Furnée, Clé Lesger (red.), *The landscape of consumption: shopping streets and cultures in Western Europe, 1600-1900* (Palgrave Connect, 2015).

²⁷ Omdat er in deze tekst regelmatig verwezen zal worden naar verschillende pleinen, straten en delen van de stad Utrecht is in de bijlagen een kaart toegevoegd die de lezer ter verduidelijking kan raadplegen.

verzorgende functie voor haar omgeving.²⁸ De negentiende eeuw in Nederland was de periode van de industrialisering. Dit was vrij laat, bijvoorbeeld in vergelijking met Engeland, waar dit proces al in de achttiende eeuw begon. De bevolkingsgroei van Utrecht kwam in de negentiende eeuw pas echt op gang. Daarnaast zorgde het gebrek aan industrialisatie ervoor dat er in Nederland überhaupt nog weinig grote steden waren. De bevolking was daarbij voornamelijk werkzaam in de landbouw en niet in de dienstensector. Tot slot was in de negentiende eeuw ook de verbinding tussen steden nog niet optimaal, door het ontbreken van goede wegen en spoorwegverbindingen.²⁹ Mensen waren dus sterker gebonden aan de regio waar zij woonden en werkzaam waren. Bovendien waren dagjes uit in de negentiende eeuw waren niet weggelegd voor de reguliere arbeider en kwam winkeltoerisme in de steden gedurende de negentiende eeuw nog niet regelmatig voor.³⁰

Utrecht was aan het begin van de negentiende eeuw de vierde stad van Nederland - daar het zij met een regionale functie.³¹ Dit onderzoek tracht aan te tonen dat het bestuderen van provinciesteden een nuttige toetsing kan blijken tegenover het dominante perspectief, dat zich altijd heeft gericht op de metropolen. De studie naar het winkellandschap in provinciale steden is op dit moment nog beperkt. Daarom is het interessant op zoek te gaan naar de parallellen, beïnvloeding of juist verschillen met de reeds uitgebreider bestudeerde grotere steden zoals Amsterdam of Brussel. Daarbij is het in de secundaire literatuur over het Nederlands winkellandschap in het algemeen aangenomen dat de eerste warenhuizen zich pas aan het einde van de negentiende en het begin van de twintigste eeuw ontwikkelden.³² Ondanks de grootte van Utrecht in de eerste helft van de negentiende eeuw, was het wel de locatie van het 'eerste grootwinkelbedrijf van Nederland', namelijk de Winkel van Sinkel.³³ Het is dus in het geval van Utrecht interessant om te kijken hoe het winkellandschap zich in de negentiende eeuw ontwikkelde: in de periode voor de komst van warenhuizen en winkelketens, maar met de aanwezigheid van een grootwinkelbedrijf. In dit onderzoek staat om die redenen dus de vraag centraal: hoe ontwikkelde het winkellandschap van Utrecht zich gedurende de negentiende eeuw?

Eerst zullen de sociaaleconomische ontwikkelingen in de stad Utrecht in de negentiende eeuw nader worden bestudeerd, om een contextueel kader te bieden voor de rest van het onderzoek. Vervolgens zal een schets worden gegeven van de ontwikkeling van het winkellandschap van Utrecht tussen 1800 en 1850, op basis van secundaire literatuur. Aan de hand van de

²⁸ R. Bijlstra, *2000 jaar Utrecht: stedenbouwkundige ontwikkeling van castrum tot centrum* (Utrecht/Antwerpen, 1969), 13.

²⁹ Art de Vos, *In de Winkel van Sinkel is alles te koop* (Schiedam, 2015), 23.

³⁰ Vos, *Winkel van Sinkel*, 23.

³¹ Marlou Schrover, *Een kolonie van Duitsers: groepsvorming onder Duitse immigranten in de negentiende eeuw* (Amsterdam, 2002), 217.

³² Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam*, 209.

³³ Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam*, 206.

gemeentelijke adresboeken van de stad Utrecht worden vervolgens de ontwikkelingen in het winkellandschap van in de tweede helft van de negentiende eeuw uiteengezet en gecontextualiseerd. In 1850 werd het eerste adresboek van de gemeente Utrecht gepubliceerd. Vanaf 1860 werden er vervolgens jaarlijks adresboeken door de gemeente gepubliceerd.³⁴ Bij het gebruik van de adresboeken van de gemeente Utrecht moeten enige opmerkingen in acht genomen worden. Voor 1850 vond er geen boekhouding plaats omtrent de adressen van bewoners van de stad. In de gemeente werden enkel periodieke tellingen gehouden. Deze vonden echter niet plaats op vaststaande momenten. Het is dus niet mogelijk om met behulp van deze bronnen een beeld te schetsen van de periode vóór 1850. Daarnaast geven de adresboeken per pand de naam en het beroep van de bewoners weer. Zij vermelden echter niet of de aangegeven beroepen ook daadwerkelijk op dat pand werden uitgevoerd. Aangezien in deze periode de meeste winkeliers een bedrijf aan huis hadden, gaat dit onderzoek er vanuit dat de beroepen die zijn aangegeven op de adressen ook aldaar werden uitgeoefend.

Vanwege de grote hoeveelheid data die de Utrechtse adresboeken bevatten, is het binnen dit onderzoek niet mogelijk om het gehele winkellandschap van de stad in kaart te brengen. Om de correcte adresgegevens uit de adresboeken te filteren moet men kruisverwijzingen vinden tussen de beroepen- en bedrijvenlijsten en de alfabetische namenlijst van de inwoners van Utrecht. In dit onderzoek was het dus noodzakelijk om een selectie van een aantal adresboeken en beroepsgroepen te maken, die een representatief beeld geven van de ontwikkeling van het winkellandschap. Met behulp van deze selectie zal, aan de hand van de neoklassieke theorie over stadsmoellen, een beeld worden geschetst van de ontwikkeling van de locatiepatronen van de stad en de groei van het winkellandschap vanaf 1850.³⁵ Deze theorie stelt dat het aantrekkelijk is voor een ondernemer om zijn winkel in het centrum van een stad te vestigen. Op die manier is de reikwijdte van het product voor de meeste consumenten het gunstigst. De reikwijdte is de maximale afstand die een consument bereid is af te leggen om een product te kopen. Voor goederen die relatief goedkoop zijn in de aanschaf is men vaker niet bereid om een lange afstand te reizen, omdat de reiskosten dan te hoog zijn. Voor producten die kostbaar zijn en slechts af en toe worden aangeschaft, zal de consument

³⁴ Adresboeken zijn ook gebruikt bij bijvoorbeeld de onderzoeken van Clé Lesger (2013), Anneleen Arnout (2015) en Jan Hein Furnée (2012).

³⁵ Gepoogd is om iedere tien jaar een adresboek te raadplegen. Omdat er geen adresboek is van het jaar 1870-1871 en de informatie in de twee daaropvolgende boeken niet toereikend was voor deze methode, is hier een uitzondering in gemaakt. De geselecteerde adresboeken zijn dus als volgt:
Het Utrechts Archief, *Gemeente Utrecht*, 'Adresboek omstreeks 1850'.
Het Utrechts Archief, *Gemeente Utrecht*, 'Adresboek 1860-1861'.
Het Utrechts Archief, *Gemeente Utrecht*, 'Adresboek 1873-74'.
Het Utrechts Archief, *Gemeente Utrecht*, 'Adresboek 1880-1881'.
Het Utrechts Archief, *Gemeente Utrecht en de Bilt*, 'Adresboek 1890-1891'.

sneller bereid zijn om een grote afstand te overbruggen.³⁶ De winkelier moet ook rekening houden met de drempelwaarde van zijn waar. Dit is de minimale consumptieve vraag die vereist is om een bedrijf draaiende te houden. Als de vraag naar de goederen beneden de drempelwaarde daalt, dan is het niet mogelijk voor winkeliers om op die locatie hun onderneming draaiende te houden.³⁷

Wanneer steden dus klein zijn, is het centrum het makkelijkst te bepalen. Wanneer steden steeds groter worden, wordt het centrum minder goed te bereiken voor bepaalde consumenten. Dit zal er dan voor zorgen dat er meerdere kleine 'centra' ontstaan, zodat iedereen in goederen kan worden voorzien. De aantrekkelijkheid van het centrum geldt echter niet voor alle productgroepen. De producten die mensen dagelijks nodig hebben, zoals voedsel, verplaatsen zich met de bevolking mee. Voor de verkoop van luxeproducten zijn winkeliers echter vaak nog aangewezen op het centrum. De drempelwaarde voor deze producten ligt namelijk een stuk hoger, waardoor de locatie beter te bereiken moet zijn voor een grotere consumentengroep die vaak ook afkomstig is van buiten de stad. In sommige steden zorgt dit ervoor dat er in de binnenstad veel vergelijkbare winkels te vinden zijn en er concurrentie ontstaat, denk bijvoorbeeld aan kledingwinkels of juweliers. Bij deze 'luxe' producten is concurrentie goed voor de consument, omdat winkels zullen proberen met de scherpste prijzen de klant binnen te halen.³⁸

De vier geselecteerde winkeltypes in dit onderzoek zijn: broodbakkers, winkeliers in kleding/modehuizen, winkeliers in manufacturen en goud- en zilversmederijen/verkopers. Deze selectie is gemaakt op basis van de tweedeling tussen dagelijkse goederen en luxegoederen. Binnen de vier geselecteerde winkeltypes zijn dus, aan de hand van deze theorie, verschillende verwachtingspatronen te schetsen voor de verspreidingen qua locatie. Zo is brood een product dat te scharen is onder dagelijkse goederen. Het ligt dus in de lijn der verwachting dat dit type winkels snel in aantal zal groeien en zich met de bevolking mee zal verspreiden over de stad.³⁹ Kleding- en manufacturenwinkels verkochten in de negentiende eeuw soortgelijke producten en werden daarom in de adresboeken regelmatig in dezelfde categorie geplaatst.⁴⁰ Kledingwinkels richtten zich voornamelijk op confectie, manufacturenwinkels verkochten onder andere garen, band, stoffen en hoeden en soms dus ook confectie.⁴¹ Mede door de Industriële Revolutie en de import van textiel werden deze producten beter te bereiken voor een grotere groep consumenten gedurende de negentiende eeuw.⁴² Winkeliers in goud en zilver verkochten daarentegen producten die men niet regelmatig nodig had. Bovendien waren zij erg duur in aanschaf. Deze winkeliers in deze branche

³⁶ Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam*, 21.

³⁷ Ibidem, 21-24.

³⁸ Ibidem.

³⁹ Ibidem, 14.

⁴⁰ Ibidem.

⁴¹ Mielliet, *Winkelen in Weelde*, 20.

⁴² Mielliet e.a., *Winkelen in Weelde*, 11.

zullen dus in verhouding tot de eerste twee types afhankelijker zijn van een stabiele klantenkring rondom het centrum.⁴³

Sociaaleconomische ontwikkeling van Utrecht in de negentiende eeuw

De negentiende eeuw in Utrecht ving aan met een bestuurlijk rommelige periode. Tot 1813 viel Nederland onder de Franse bezetting.⁴⁴ Na het wegvallen van het Franse bestuur belandde Utrecht in een economische crisis.⁴⁵ Toen de malaise voorbij was, werden er plannen gemaakt om de stad uit te breiden en te verfraaien. Burgemeester Van Asch-Van Wijck (1827-1839) nam het besluit om de stad ingrijpend te gaan vernieuwen.⁴⁶ De wallen en hun poorten hadden bijvoorbeeld hun militaire functie verloren en daarom dienden zij te verdwijnen. Zo kon er plaats gemaakt worden voor plantsoenen, wegen en gebouwen.⁴⁷ De bevolking van Utrecht woonde in deze periode nog grotendeels binnen de zeven eeuwen oude ring van de stadsmuren. Veel van de huizen aldaar waren klein, vuil en vaak al gebouwd in de vijftiende of zestiende eeuw. In de woningen rondom de singels woonden voornamelijk arbeiders, die door hun beperkte financiële mogelijkheden het zich niet konden veroorloven om hun woonomstandigheden te verbeteren.⁴⁸ De huizen die zich binnen de stadsmuren van Utrecht bevonden werden vaak onder de kostprijs verhuurd aan een verarmd deel van de stadsbevolking. Deze woningen waren gebouwd zonder te letten op het comfort van de bewoner en bovendien zonder het straatbeeld in acht te nemen.⁴⁹ De dichte bebouwing zorgde onder andere voor gezondheidsproblematiek: besmettelijke ziekten konden zich in de kleine, overbevolkte straten razendsnel verspreiden. Vooral verscheidene cholera-epidemieën maakten veel slachtoffers.⁵⁰ Een van de belangrijkste argumenten die voor de stadsvernieuwing pleitte was dus de volksgezondheid, doordat door nieuwbouw de bevolking van Utrecht verder over de oppervlakte van de stad te verspreiden was.⁵¹ De vernieuwingsplannen waren echter ook de mogelijkheid voor het gemeentebestuur om de esthetiek van de stad te verbeteren.⁵²

Het plan dat gemaakt werd omtrent deze vernieuwingen werd genoemd naar burgemeester Hendrick Moreelse (1662-1664).⁵³ Hij was in de zeventiende eeuw al van plan geweest om de stad uit te breiden. In deze periode was er namelijk al sprake van overbebouwing rondom de Oude- en

⁴³ Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam*, 14.

⁴⁴ Bijlstra, *2000 jaar Utrecht*, 117.

⁴⁵ Gonny Thijssen, 'Winkelen langs de Oudegracht', *Binnenstadskrant* 3.5 (1997), 8.

⁴⁶ R.E. de Bruin e.a., *Twintig eeuwen Utrecht: korte geschiedenis van de stad* (Utrecht, 1999), 80.

⁴⁷ Bijlstra, *2000 jaar Utrecht*, 123.

⁴⁸ Ibidem, 120.

⁴⁹ Ibidem, 122.

⁵⁰ De grootste epidemieën vonden plaats in 1832, 1833, 1848 en 1853; De Bruin, *Twintig eeuwen Utrecht*, 80.

⁵¹ Ibidem.

⁵² Ibidem.

⁵³ Het Utrechts Archief, '1664: Uitbreidingsplan van Hendrick Moreelse' <<http://www.hetutrechtsarchief.nl/thema/tijdbalk/1664>> [geraadpleegd op 01-06-2016].

Nieuwegracht.⁵⁴ In 1828 werden de plannen van burgemeester Van Asch-Van Wijk goedgekeurd en onder leiding van de architect J.D. Zocher jr. werden deze plannen tussen 1830 en 1875 uitgevoerd.⁵⁵ De resultaten van de stadsvernieuwing zoals deze in de negentiende eeuw plaatsvond waren echter niet geheel in de lijn der verwachting. Aan de overbebouwing was namelijk minder gedaan dan aan het uiterlijk van de stad.⁵⁶ De minimale uitbreiding van de woonhuizen die de gemeente wel toestond gebeurde volgens het principe van 'coulissen-stedenbouw'. Dit hield onder andere in dat er achter de grote herenhuizen, bijvoorbeeld die op de Catharijnesingel stonden, kleinere huizen moesten worden opgetrokken.⁵⁷ De stijl waarin de nieuwbouw plaatsvond, zowel van de woningen als de plantsoenen, was het neoclassicisme.⁵⁸ De populariteit van het wonen in de nieuwe wijken moet niet worden overgeschat. Voornamelijk in de beginperiode, tussen 1850 tot in de jaren zeventig, waren de voorzieningen in de buitenwijken gering. Zo waren er geen tot weinig trottoirs en straatverlichting, weinig winkels of medische voorzieningen en was de hygiënische staat van de woningen ook te verwaarlozen. Dit laatste kwam vooral door de vervuilende fabrieken die in de buitenwijken werden opgetrokken.⁵⁹

Ondanks de aanleg van nieuwe delen van de stad, zoals de Nieuwegracht en het wegvallen van de oude stadsmuur, werd Utrecht op het gebied van waterwegen in de negentiende eeuw geen 'middelpunt'. Utrecht werd niet het centrum van Nederland voor de handel die binnenstroomde via de grachten.⁶⁰ Toen men besloot tot de aanleg van spoorwegen naar Utrecht en de bouw van een station, was er een beduidend ander beeld dat vooropstond. Vanaf het begin van de planning zag men Utrecht namelijk als het aangewezen spoorwegknooppunt voor Nederland, waar de geografische ligging van de stad een grote rol in speelde. Vooral de aanleg van de treinverbinding met Amsterdam in 1843 zorgde voor een impuls om naar Utrecht meerdere spoorwegen te laten leiden zodat men via deze stad verder kon reizen, bijvoorbeeld dus naar de hoofdstad.⁶¹ In 1870 sloten de spoorwegen zich om Utrecht. Grote bedrijven werden steeds meer geïnteresseerd om een locatie in Utrecht te openen. Spoorwegen waren namelijk een snelle manier om goederen te vervoeren - en daarom een belangrijke voorwaarde voor de opkomst van bijvoorbeeld grootwinkelbedrijven.⁶² Door de groei van zowel het zakelijke stadcentrum als de blijvende bevolkingsgroei ontwikkelde er een nieuwe noodzaak tot stadsuitbreiding. Tussen 1852 en 1897 was

⁵⁴ Bijlstra, *2000 jaar Utrecht*, 117.

⁵⁵ De Bruin, *Twintig eeuwen Utrecht*, 80.

⁵⁶ Bijlstra, *2000 jaar Utrecht*, 117.

⁵⁷ Ibidem, 134.

⁵⁸ Ibidem, 132.

⁵⁹ Pieter Dirk 't Hart, *Leven in Utrecht 1850-1914: groei naar een moderne stad* (Hilversum, 2005), 134-135.

⁶⁰ Bijlstra, *2000 jaar Utrecht*, 139.

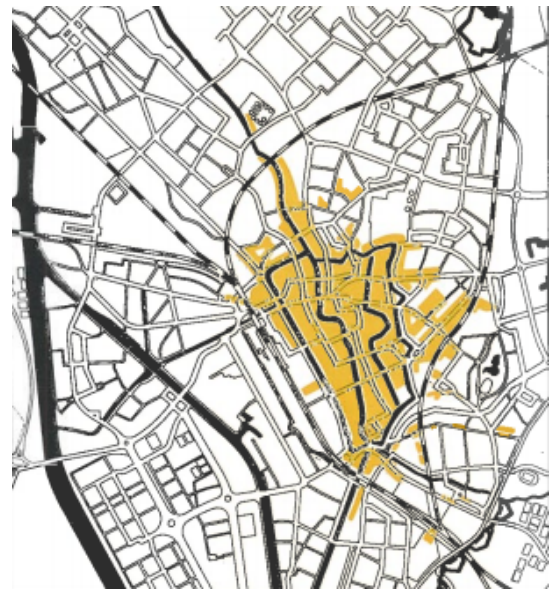
⁶¹ De Bruin, *Twintig eeuwen Utrecht: korte geschiedenis van de stad* (Utrecht, 1999), 85.

⁶² Miller, *The Bon Marché*, 38-39.

het inwoneraantal van Utrecht namelijk verdubbeld. Dit resulteerde in een bevolkingsgroei van ongeveer 47.000 inwoners tot maar liefst 102.000 inwoners.⁶³ Vanaf 1880 werd daarom de ene na de andere nieuwbouwwijk opgetrokken, aan de randen van de stad. Hierdoor ontvolkte de binnenstad langzaam en kregen steeds meer woonhuizen een kantoor- of winkelbestemming.⁶⁴ Door de groei van de bevolking van de stad Utrecht in de negentiende eeuw was de stad dus genoodzaakt zich uit te breiden buiten de oorspronkelijke grenzen. Deze plannen tekenden de negentiende eeuw in Utrecht en veranderden het aanzicht en de mogelijkheden van de stad, net als de ontwikkeling van de spoorwegen.

Afbeelding 1.2

De bebouwing van Utrecht (van links naar rechts, boven naar onder: 1840-1870, 1870, 1880, 1890)⁶⁵



⁶³ R.E. de Bruin (red.), *'Een paradijs vol weelde': geschiedenis van de stad Utrecht* (Utrecht, 2000), 249.

⁶⁴ De Bruin e.a., *Twintig eeuwen Utrecht*, 85.

⁶⁵ Bijlstra, *2000 jaar Utrecht*, 156-157.

Het winkellandschap van Utrecht in de negentiende eeuw

Het Utrechts winkellandschap tussen 1800 en 1850

Om de ontwikkeling van het winkellandschap van Utrecht in een theoretisch kader te kunnen plaatsen is het noodzakelijk om te begrijpen hoe in de literatuur de veranderingen in het



Afbeelding 1.3 Gezicht vanaf de oostzijde van de Oudegracht te Utrecht bij de Weesbrug (rechts).

winkellandschap door de tijd heen worden geduid. Een van de belangrijkste theorieën omtrent de modernisering van het winkelbedrijf wordt door o.a. Jon Stobart en Ian Mitchell toegepast op het Engelse winkellandschap. In dit onderzoek wordt gesteld dat in de achttiende en vroege negentiende eeuw in Engeland al tekenen te vinden zijn van de modernisering van het winkelbedrijf - voor de opkomst van de grootwinkelbedrijven en warenhuizen.⁶⁶ Uit deze onderzoeken komen vier ontwikkelingen naar voren. Ten eerste wordt de algehele toename van het aantal winkels benoemd. Ten tweede constateren zij de vorming van clusters van

winkels in het centrum van de stad. Ten derde past het stedelijke centrum zich langzaam maar zeker aan aan de specifieke behoefte om te winkelen. Dit gebeurde bijvoorbeeld door het instellen van voetgangersgebieden in de populaire winkelstraten. Ten vierde wordt geconstateerd dat er een ontwikkeling plaatsvinden in de detailhandelspraktijken, bijvoorbeeld veranderingen van de inrichting van de winkels, het gebruik van (verlichte) etalages en het plaatsen van advertenties in dagbladen.⁶⁷

Sinds de achttiende eeuw kende Utrecht al een levendige detailhandel. Winkeliers in Utrecht verkochten hun producten op de onderverdieping of in het voorhuis van hun woning. Bij goed weer waren de winkels te herkennen aan de luifels die in het straatbeeld de locatie van een bedrijf aanduiden, zoals ook te zien op afbeelding 1.2.⁶⁸ Het gebruik van deze luifels buiten de Neude, het

⁶⁶ Ian Mitchell, *Tradition and Innovation in English retailing 1700 to 1850* (Farnham, 2014), 181.

⁶⁷ Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam*, 151.

⁶⁸ Het Utrechts Archief, Beeldcollecties (digitaal), Catalogusnummer 35875, *Gezicht vanaf de oostzijde van de Oudegracht te Utrecht bij de Weesbrug (rechts) op de voorgevels van de huizen aan de westzijde van de gracht met het Gereformeerd Burgerweeshuis en daarachter de toren en het dak van de kerk van het Regulierenklooster*.

<http://publiek.collecties.hetutrechtsarchief.nl/collectie/beeldmateriaal/Tekeningen_en_prenten/1740-1750/35875?nav_id=9-1&id=1279961094>.

Vredenburg en de Vismarkt - de drie grote marktplaatsen in de achttiende eeuw - werd in 1750 verboden door de vroedschap, omdat zij door onstabiliteit de veiligheid van de passerende bezoekers in gevaar brachten.⁶⁹ Door de Napoleontische oorlogen ontstond er vervolgens een economische crisis in de stad Utrecht. De stad was slecht bereikbaar door de oorlog en de aanvoer van producten/koopwaar verliep ook allerm minst soepel.⁷⁰ Tussen 1800 en 1820 was het dus moeilijk voor de winkeliers om hun klantenkring stabiel te houden.⁷¹ In de jaren twintig van de negentiende eeuw herstelde de economie van Utrecht zich weer.⁷² De rijke middenstand was aan het begin van de negentiende eeuw woonachtig rondom de Oudegracht, waardoor de winkeliers zich op dit publiek konden richten. De winkels aan de Oudegracht verworven een prestigieuze reputatie: winkelen was in deze tijd namelijk een kwestie van aanzien.⁷³ Het is dus aannemelijk dat de eerste clusters van winkels die zich in de achttiende en begin van de negentiende eeuw het centrum bevonden, zich voornamelijk rondom deze straat vormden.⁷⁴ Met de stadsuitbreidingen nog in volle gang, woonde het grootste deel van de bevolking van Utrecht nog veelal rond dit geografisch centrum, binnen de stadsmuren.⁷⁵

Het verbod op het gebruik van luifels door de winkeliers werd in de jaren dertig van de negentiende eeuw strenger nageleefd door het stadsbestuur.⁷⁶ Zij zorgden namelijk voor drukte in het straatbeeld en werden waar mogelijk vanaf deze periode vervangen door moderne winkelpuizen.⁷⁷ Deze ontwikkelingen vonden gelijktijdig ook plaats in steden zoals Amsterdam en Den Haag. Naar Frans en Engels voorbeeld ontwikkelden in het straatbeeld imposante winkelpuizen met grote glazen ruiten, waarin de winkeliers hun koopwaar konden uitstallen.⁷⁸ De handel verplaatste zich daarmee van buiten op straat naar binnen in het winkelpand. Het minder bemiddelde deel van de Utrechtse bevolking bevoorraadde zich in deze periode echter nog steeds op de markten. Deze vonden van oudsher plaats rondom de stenen bruggen over de Oudegracht.⁷⁹ Het meest ruime marktplein dat vanaf de Middeleeuwen in Utrecht bestond was de Neude.

In de zeventiende en de achttiende eeuw waren er verscheidene veerdiensten in Utrecht

⁶⁹ Robby Pauwels, Henk de Vos, *Winkelen in Utrecht. 42 leuke winkeltjes in woord en beeld* (Apeldoorn, 1975), 7.

⁷⁰ Ibidem.

⁷¹ Thijssen, 'Oudegracht', 8.

⁷² Ibidem.

⁷³ Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam*, 150-151.

⁷⁴ Ibidem.

⁷⁵ Ibidem, 48.

⁷⁶ Brugman, *Markten in Utrecht*, 75.

⁷⁷ Furnée, 'Om te winkelen', 33.

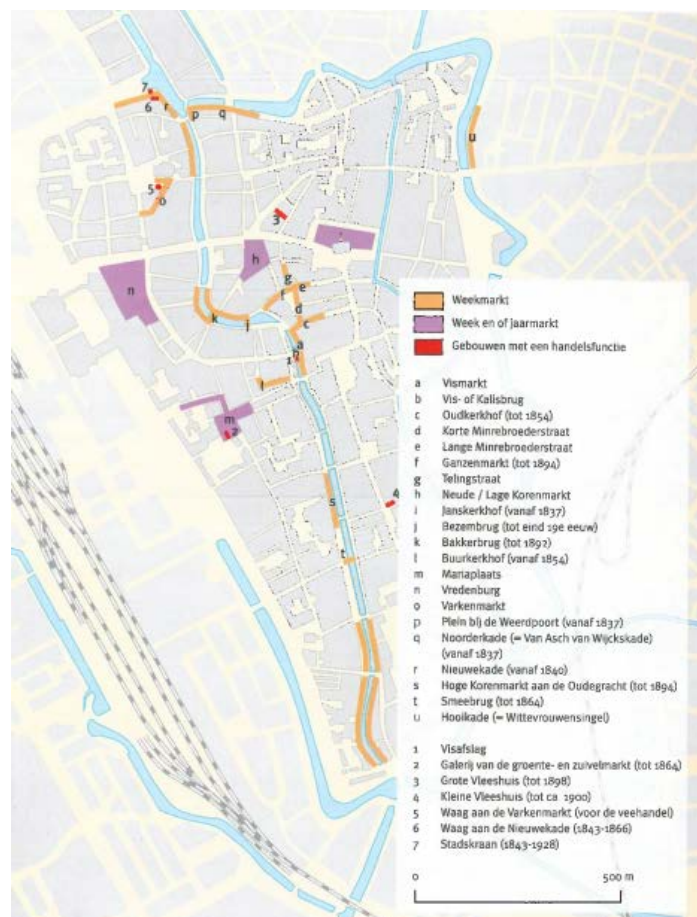
⁷⁸ Zie voor uitgebreidere informatie over de winkelpuizen in Engeland: Jon Stobart, Andrew Hann en Victoria Morgan, *Spaces of consumption. Leisure and Shopping in the English Town c.1680-1830*, (New York, 2007), 113-115.

⁷⁹ Brugman, Hans Buiters, Kaj van Vliet, *Markten in Utrecht*, 47.

ontstaan. Zij werden wekelijks en soms zelfs dagelijks onderhouden. Op deze manier konden de verschillende markten georganiseerd worden, doordat deze veerdiensten de goederen naar het centrum konden brengen.⁸⁰ Vooral op de zaterdagen was er aan de Oudegracht veel handelsactiviteit. Op deze dag kwamen er ook mensen uit de dorpen uit de omgeving van Utrecht naar de stad om hun waren in te kopen.⁸¹ De functie van markten bleef in deze periode dus stabiel. Vanaf de jaren dertig en veertig van de negentiende eeuw kwam er echter al een roep om centralisatie van de markten. Het concept van markthallen ontwikkelde zich ook in Utrecht. In Engeland was dit al langer een opkomend fenomeen. Men wilde de markten uit het stadscentrum verplaatsen en meer ruimte geven, om zo de overlast van de drukke markten en haar bezoekers verder te beperken.⁸² In Utrecht was er op de Mariaplaats al in de late achttiende en vroege negentiende eeuw een overdekte marktplaats door middel van een galerij, om de zuivelwaren te beschermen.⁸³ Dit was een innoverend concept, gezien het feit dat de meeste marktplaatsen op dat moment nog niet overdekt en op straat waren.⁸⁴ Bovendien verplaatste het stadsbestuur dus diverse markten naar de Nieuwe Kade en gaf nieuwe terreinen zoals het Janskerkhof een marktbestemming.⁸⁵

Afbeelding 1.4

Markten in Utrecht circa 1850⁸⁶



⁸⁰ Mielliet, *Winkelen in Weelde*, 11.

⁸¹ Brugman, *Markten in Utrecht*, 48.

⁸² Stobart, *Spaces of consumption*, 91.

⁸³ Brugman, *Markten in Utrecht*, 67-69.

⁸⁴ Ibidem.

⁸⁵ Ibidem, 48.

⁸⁶ De Bruin, *'Een paradijs vol weelde'*, 403 [Markten in Utrecht circa 1850].

Zoals reeds aangeduid in de inleiding van dit onderzoek, speelden Duitse winkeliers een belangrijkere rol in de ontwikkeling van het winkelbedrijf in provinciale gebieden. Deze Duitse koopmannen hebben met hun winkelbedrijven het stadsbeeld ingrijpend veranderd, zo ook in Utrecht.⁸⁷ De gunstige ligging van Utrecht, in het midden van het land tussen de zee en het achterland van Duitsland, zorgde ervoor dat deze stad aantrekkelijk was voor Duitse migranten.⁸⁸ Anton van Sinkel, de oprichter van de keten winkels genaamd 'de winkel van Sinkel' (afbeelding 1.5⁸⁹), was een Duitse migrant, die al in 1822 het concept van een grootwinkelbedrijf introduceerde in zijn winkel te Amsterdam.⁹⁰ De manier waarop hij dit deed is echter nog niet te vergelijken met de moderne warenhuizen.⁹¹ Hij nam in ieder geval het vernieuwende idee uit vergelijkbare zaken in Frankrijk en Engeland over dat men in zijn manufacturenzaak producten kon kopen voor een vaste prijs. Daarnaast maakte hij ook gebruik van verlichte etalages en plaatste advertenties in kranten.⁹² Het was echter niet het eerste warenhuis, omdat in deze winkel namelijk geen sprake was van zelfbediening.⁹³ In de winkel van Sinkel kon men bovendien meer dan alleen kleding en manufacturen kopen. Er was ook een breed assortiment aan woningartikelen, zoals gordijnen en tapijten, te koop.⁹⁴ Het aanbod in de winkel van Sinkel breidde zich echter pas uit nog verder uit toen men in de Amsterdamse vestiging het assortiment van een apotheek over nam. Ook in Utrecht werden toen de - uit het rijmpje bekend - 'droppen om te snoepen en pillen om te poepen' toegevoegd.⁹⁵



Afbeelding 1.5 Gezicht op de Oudegracht te Utrecht bij de Stadhuisbrug met de voorgevels van de Winkel van Sinkel (1840-1847).

⁸⁷ Schrover, *Een kolonie van Duitsers*, 259.

⁸⁸ Ibidem, 217.

⁸⁹ Het Utrechts Archief, Beeldcollecties (digitaal), Catalogusnummer 35798, *Gezicht op de Oudegracht te Utrecht bij de Stadhuisbrug met de voorgevels van de Winkel van Sinkel en de huizen aan de Ganzenmarkt en rechts de hoek van het huis Keijzerrijk*. <http://publiek.collecties.hetutrechtsarchief.nl/collectie/beeldmateriaal/Tekeningen_en_prenten/1740-1750/35875?nav_id=9-1&id=1279961094> [geraadpleegd op 24-05-2016].

⁹⁰ Herman Beliën en Monique van Hoogstraten, *Koopmansgeest: monumenten van de handel* (Amsterdam, 2002), 110.

⁹¹ Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam*, 206.

⁹² Art de Vos, *In de Winkel van Sinkel is alles te koop* (Schiedam, 2015), 37.

⁹³ Ibidem.

⁹⁴ Schrover, *Een kolonie van Duitsers*, 269-273

⁹⁵ Ibidem, 271-272

In 1839 opende de winkel van Sinkel officieel haar deuren aan de Oudegracht te Utrecht. Zij ontstond door de fusie van de gasthuizen door koning Willem I. In 1834 kocht van Sinkel het Barbaragasthuis aan van de regenten van de stad Utrecht.⁹⁶ In 1837 zorgde een incident met de stenen kariatiden, die bij de ingang van de winkel van Sinkel zouden worden geplaatst, voor een drastische verandering in het straatbeeld. De stadskraan, die dienst deed voor de overheveling van koopwaar, kon het gewicht van deze kariatiden niet tillen en brak.⁹⁷ Na de vernieuwing van de Stadskraan werden zowel de kraan als de waag naar de kop van de Oudegracht overgebracht, waardoor het laad- en loscentrum van de veerdiensten -die de aanvoer van de goederen voor de markten verzorgden- uit het hart van de stad werd verplaatst.⁹⁸ Na de opening van de vestiging werd in de Amsterdamse courant geschreven dat het een 'winkelpaleis, waar Frankrijk noch Engeland aan kunnen tippen' was.⁹⁹ Naast de vernieuwende technieken met betrekking tot de detailhandel, was de omvang van het pand op zich zelf ook erg indrukwekkend. Bovendien diende een nabijgelegen koetshuis als werkplaats en woonhuis voor het personeel. Ondanks de grootte van het pand, was de oppervlakte waar men daadwerkelijk winkelde erg klein. Het magazijn nam bijzonder veel plaats in.¹⁰⁰ De nabijgelegen straten en zijstraten van de Oudegracht profiteerden van de klandizie die de luxe en vaak grote winkels aan de kade naar het centrum dreven.¹⁰¹ Het geografisch centrum van de stad Utrecht werd dus al sinds de Middeleeuwen gevormd door de Oudegracht.¹⁰² Wekelijkse markten en opkomst van het moderne winkelbedrijf vonden dus ook aldaar plaats, alsmede de groei van het traditionele winkelbedrijf.

⁹⁶ De Bruin, *Twintig eeuwen Utrecht*, 80.

⁹⁷ Brugman, *Markten in Utrecht*, 75.

⁹⁸ Ibidem 50.

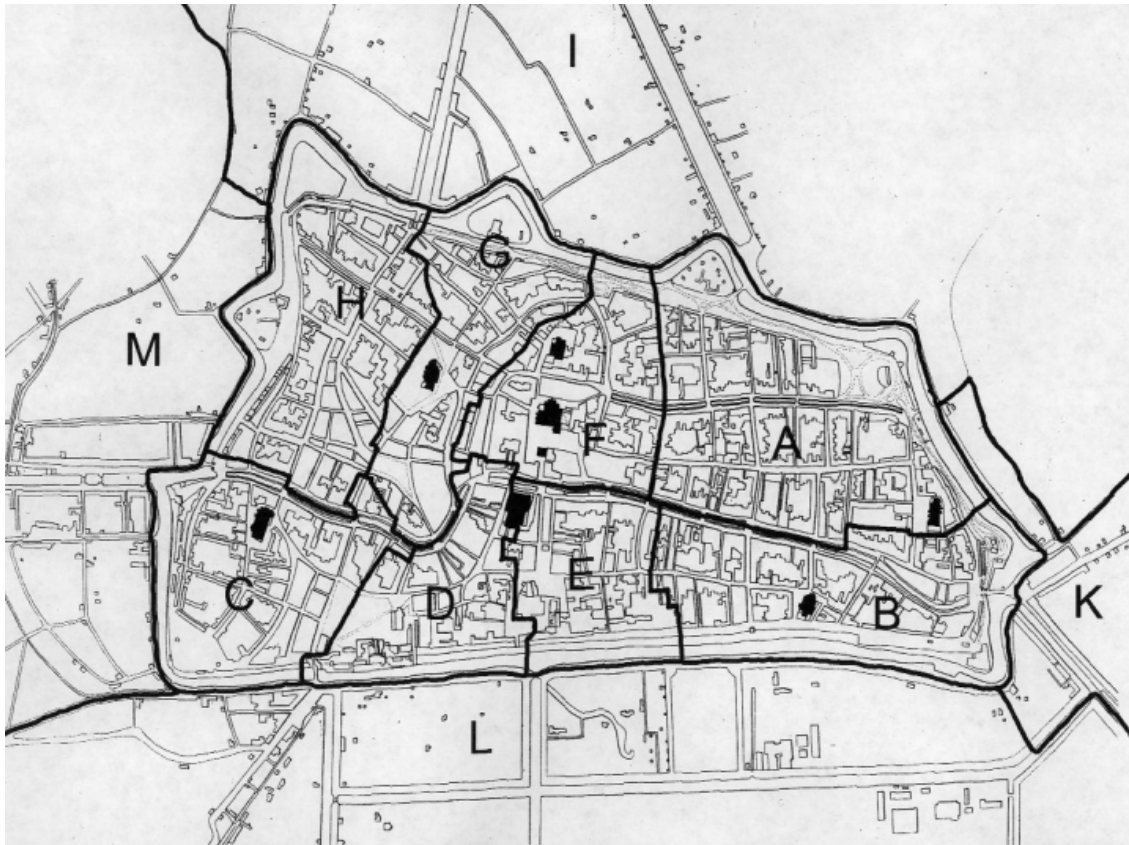
⁹⁹ JN van der Meulen De Winkel van Sinkel te Utrecht, Maandblad Oud Utrecht, vol.58, mei 1985, 194-196.

¹⁰⁰ Ibidem, 194-196.

¹⁰¹ Onbekende auteur, 'Winkelstraat Choorstraat', *Hart van Utrecht*, 1.3 (1985), 8-9.

¹⁰² De Bruin, *'Een paradijs vol weelde'*, 101.

Het Utrechts winkellandschap tussen 1850 en 1890



Afbeelding 1.5 Plattegrond van de stad Utrecht met de oude wijkindeling.¹⁰³

In de negentiende eeuw was de stad Utrecht verdeeld in twaalf wijken. Acht van deze wijken bevonden zich in de 'binnenstad' - binnen de muren van de stadswallen. Vier wijken verdeelden het buitengebied van Utrecht. De stad werd centraal ingedeeld vanuit de Oudegracht. Dit was dus de 'natuurlijke' middengrens van de wijken. De Oudegracht zelf, maar ook de zijstraten hiervan, worden in de literatuur al sinds het begin van de negentiende eeuw aangeduid als het centrale punt van de stad.¹⁰⁴ Door deze wijkindeling is er in Utrecht niet goed te spreken van 'centrumwijken'. Omdat de wijkindeling zo is gemaakt dat de Oudegracht het snijpunt is van de meeste wijken konden winkels dus in een van de nabijgelegen wijken - A tot en met H - liggen, terwijl zij wel aan een en dezelfde straat gevestigd waren. In de praktijk gold dus dat hoe verder men met de winkel van de Oudegracht af zat, hoe verder in het 'buitengebied' men zich bevond. De winkels die buiten de stadswallen gevestigd waren, in de wijken I t/m M, konden sowieso tot het buitengebied gerekend worden.¹⁰⁵ Binnen de wijken werden de huizen oplopend genummerd. Zo kon het voorkomen dat je in een grote

¹⁰³ Het Utrechts Archief, 'Huizen vol historie. Gids voor huizenonderzoek in de provincie Utrecht'. <http://www.hetutrechtsarchief.nl/files/onderzoeksgidsen/Gids_01.pdf> [geraadpleegd op 11-06-2016].

¹⁰⁴ De Bruin, 'Een paradijs vol weelde', 33.

¹⁰⁵ Nota bene: er was geen wijk met de letter J in Utrecht, vanwege eventuele verwarring die dit op zou kunnen roepen met de huisnummers in wijk I.

wijk zoals wijk A een adres met het nummer 1103 vond. De huizen in Utrecht hebben verschillende keren een ander adres gekregen.¹⁰⁶ De grootste vernumming vond plaats in 1890, toen alle huizen in wijk A tot en met M een huisnummering per straat ontvingen. Daarnaast is de Oudegracht nogmaals vernumd in 1917.¹⁰⁷ Om de locatiepatronen van winkels tussen 1850 en 1890 te achterhalen was het noodzakelijk om de informatie beschikbare data om te zetten met behulp van concordonantietabellen.¹⁰⁸

Broodbakkers

Tabel 1.1 Aantal broodbakkers in Utrecht 1850-1890¹⁰⁹

ca. 1850	1860	ca. 1870	1880	1890
44	97	110	114	109

Het aantal broodbakkers dat zich in Utrecht vestigde groeide het hardst tussen 1850 en 1860. Daarna bleef het aantal broodbakkers in de stad stabiel. Oorspronkelijk bevonden de meeste broodbakkers zich binnen het centrum en vestigden zich rondom de Oudegracht. Gezien het feit dat de markten in deze periode nog volop in gebruik waren, is het in de lijn der verwachting dat de winkeliers zich vestigden in dit gebied om meer klanten aan te trekken. In 1850 waren er al zeven winkels in de buitengebieden (in wijk M en wijk K) van de stad. Daarnaast zien we ook een klein cluster van vijf winkels optreden rondom de Voorstraat. Deze straat bevindt zich iets buiten het geografisch centrum van de stad, in wijk H.¹¹⁰ Als het aantal broodbakkers in 1860 stijgt, is een duidelijke centralisatie van het aantal broodbakkers in het gebied rondom de Oudegracht te constateren. Hoewel er ook meer bakkers zich in de buitengebieden vestigden (namelijk veertien winkels), zien we de grootste groei in de wijken D, E en B optreden.¹¹¹ Ook omstreeks 1870 zien we dat de clusters van winkels in het centrum toeneemt, voornamelijk rondom de Oudegracht ter hoogte van de Neude. Daarnaast zien we ook een centrum ontstaan in de Lange Elisabethstraat (wijk D). Het gehele aantal winkels rondom de gehele Oudegracht neemt, ondanks de clustervorming, echter af. In plaats

¹⁰⁶ HUA, 'Huizen vol historie' <http://www.hetutrechtsarchief.nl/files/onderzoeksgidsen/Gids_01.pdf> [geraadpleegd op 11-06-2016].

¹⁰⁷ Ibidem.

¹⁰⁸ Deze concordonantietabellen zijn beschikbaar in het Utrechts Archief.

Het Utrechts Archief, *Omnummeringslijsten Deel 1 - 1860-1890 (ingedeeld per wijk)*

Het Utrechts Archief, *Omnummeringslijsten Deel 2 - 1860-1890-1917 (ingedeeld op alfabetische volgorde per straat + omnummering van de Oudegracht in 1917)*.

¹⁰⁹ In acht moet worden genomen dat enkel de bedrijven die geregistreerd waren in de adresboeken verwerkt zijn in deze analyse zijn meegenomen;

HUA, 'Adresboek omstreeks 1850'; HUA, 'Adresboek 1860-1861'; HUA, 'Adresboek 1873-74'; HUA, 'Adresboek 1880-1881'; HUA, 'Adresboek 1890-1891'.

¹¹⁰ HUA, 'Adresboek omstreeks 1850'.

¹¹¹ HUA, 'Adresboek 1860-1861'.

daarvan zien we maar liefst 29 broodbakkers gevestigd in de buitengebieden.¹¹² Dit patroon blijft aanhouden in 1880 met een stijging van 29 naar 36 broodbakkers in het buitengebied en clusters van winkels rondom de Oudegracht ter hoogte van de Neude en de Dom.¹¹³

We zien dus verschillende clusters van broodbakkers in het centrum van Utrecht ontstaan, zoals de Angelsaksische theorieën over modernisering ook al aandroegen voor Engeland in de achttiende en negentiende eeuw. Dit is deels te verklaren door de aantrekkingskracht van het oude centrum voor winkeliers. Zij spraken dan ook kopers aan die van buiten de stad kwamen. Belangrijker nog: de lokale bevolking moest worden voorzien in hun dagelijkse behoefte. Omdat de werkgelegenheid zich dus verdeelde tussen het oude centrum en de fabrieken in de nieuwbouwwijken, zouden hier meerdere kleine 'centra' ontstaan, zodat iedereen in de dagelijkse behoefte worden voorzien.¹¹⁴ In tegenstelling tot steden zoals Amsterdam is er maar een gematigd vorm van een modern locatiedpatroon te bespeuren. De hoofdstad kende al in 1742 een modern verspreidingspatroon van het aantal bakkers dat zich buiten het stadshart bevond. Een eeuw later in Utrecht zien wij nog weinig winkelbedrijf en pas in 1870 zien wij een gematigde verspreiding naar de buitenwijken ontstaan.¹¹⁵ Bovendien waren de huizen in de buitenwijken niet populair aan het begin van de negentiende eeuw, vanwege de slechte voorzieningen aldaar. Daarom is het te argumenteren dat in deze periode het grootste gedeelte van de bevolking nog woonachtig was binnen de singels. Naarmate de faciliteiten in de buitenwijken gedurende de negentiende eeuw verbeteren en steeds meer arbeiders naar de buitenwijken trekken, zien we dat er ook een verspreiding in het aantal bakkers optreedt.¹¹⁶ Doch kunnen we constateren dat wanneer de plannen voor de stadsuitbreiding afgerond worden tussen 1870 en 1880 en de voorzieningen in de buitenwijken ook verbeteren, de grootste verspreiding van broodbakkers in Utrecht plaatsvindt. Bovendien is te zien dat het clusters van de winkels rondom de Lange Elisabethstraat in Wijk D door is gegroeid. In 1890 blijft het aantal broodbakkers in het buitengebied stabiel en verspreid.¹¹⁷

¹¹² HUA, 'Adresboek 1873-74'.

¹¹³ HUA, 'Adresboek 1880-1881'.

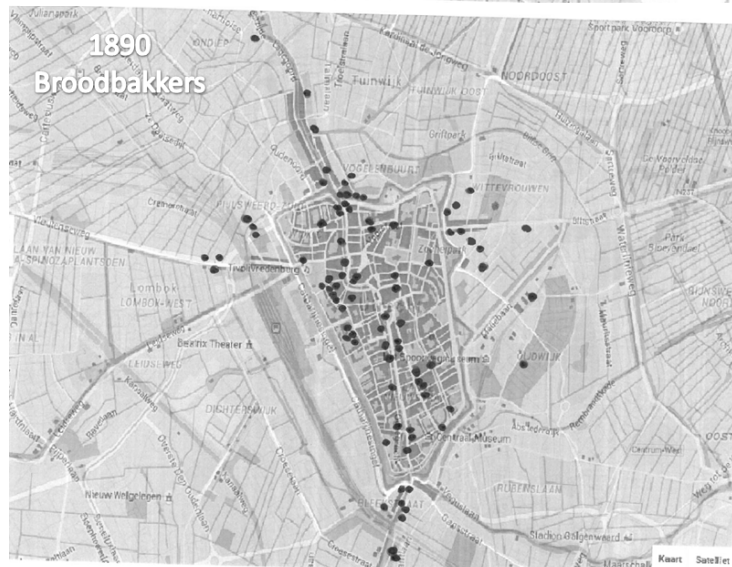
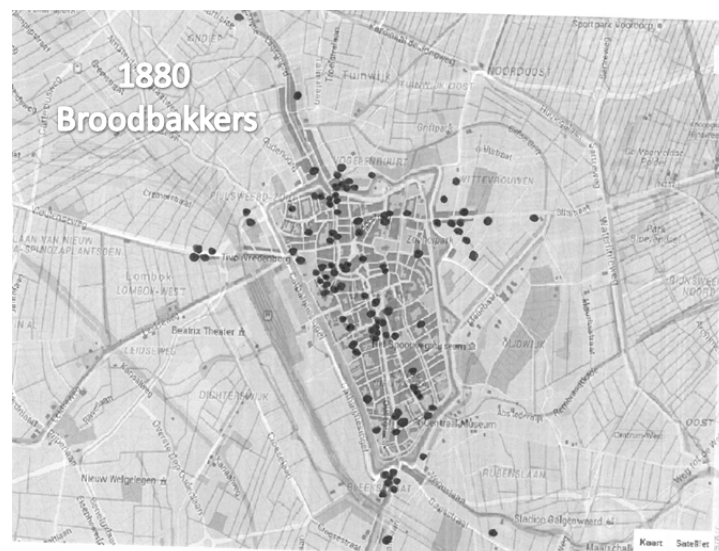
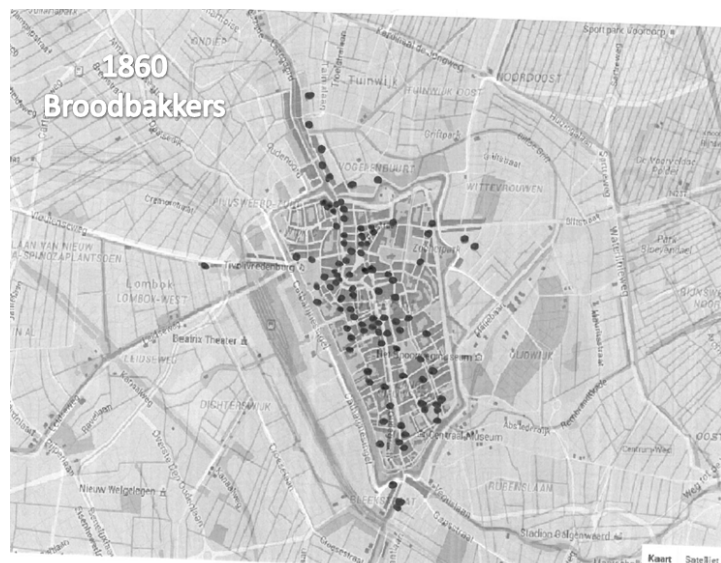
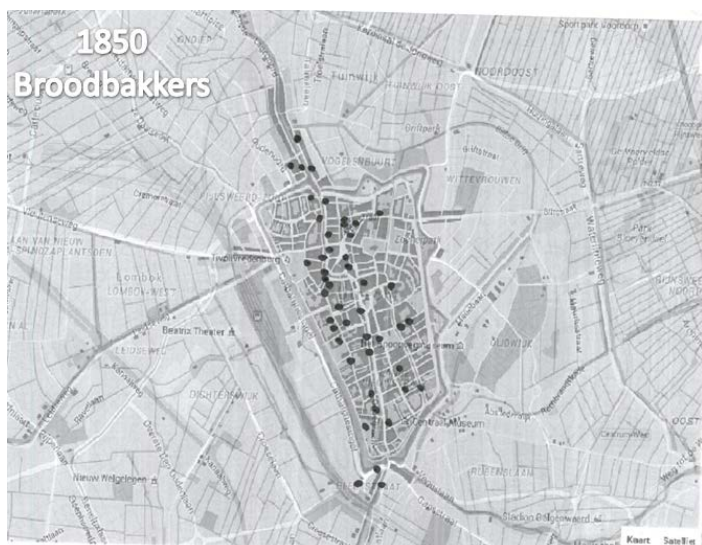
¹¹⁴ Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam*, 14.

¹¹⁵ Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam*, 251.

¹¹⁶ Pieter Dirk 't Hart, *Leven in Utrecht 1850-1914: groei naar een moderne stad* (Hilversum, 2005), 134-135.

¹¹⁷ Het Utrechts Archief, *Gemeente Utrecht en de Bilt*, 'Adresboek 1890-1891'

Afbeelding 1.6 Plattegronden van de stad Utrecht bakkers 1850 1860, 1870, 1880, 1890.¹¹⁸



¹¹⁸ HUA, 'Adresboek omstreeks 1850'; HUA, 'Adresboek 1860-1861'; HUA, 'Adresboek 1873-74'; HUA, 'Adresboek 1880-1881'; HUA, 'Adresboek 1890-1891'.

Kleding en manufacturen

Tabel 1.2 Aantal kleding- en manufacturenwinkels in Utrecht 1850-1890¹¹⁹

ca. 1850	1860	ca. 1870	1880	1890
14	69	76	115	83

Het aantal kleding- en manufacturenwinkels in Utrecht tussen 1850 en 1890 stijgt op twee momenten erg sterk. In 1860 zijn er namelijk ongeveer vier keer zoveel winkels te vinden in Utrecht dan in 1850.¹²⁰ Daarnaast zien we dat het aantal winkels tussen 1870 en 1880 met de helft wordt verdubbeld. Vanaf 1870 sloten de spoorwegen zich om Utrecht - wat mogelijkheden bood op het gebied van bereikbaarheid van de stad Utrecht.¹²¹ De toestroom van dagjesmensen naar de stad Utrecht zorgde voor een belangrijke impuls voor het winkelbedrijf.¹²² Bovendien ontwikkelde in deze periode winkelen als vrijetijdsbesteding zich in verschillende steden.¹²³ Winkelen werd in Den Haag vanaf 1870 een activiteit voor voornamelijk vrouwen en dochters, die aan het eind van de ochtend de winkelstraten bezochten om naar etalages te kijken en inkopen te doen.¹²⁴ Dit fenomeen kan wellicht ook hebben gezorgd voor een impuls in het aantal kleding- en manufacturenwinkels. In Utrecht zou dit dan iets later in werking zijn getreden dan in bijvoorbeeld Den Haag. Het opkomende fenomeen van *window shopping* kan ook een verklaring bieden voor de groei van het aantal kleding- en manufacturenwinkels in Utrecht. Zij verkochten namelijk producten die gemakkelijk ten toon te stellen waren in de etalages. Zo konden zij een grote groep langslappende kopers aanspreken, zoals bijvoorbeeld getoond in afbeelding 1.7.¹²⁵



Afbeelding 1.7 Gezicht op de voorgevel van De Bazar van P.J. Huinck ca. 1860-1880

¹¹⁹ HUA, 'Adresboek omstreeks 1850'; HUA, 'Adresboek 1860-1861'; HUA, 'Adresboek 1873-74'; HUA, 'Adresboek 1880-1881'; HUA, 'Adresboek 1890-1891'.

¹²⁰ HUA, 'Adresboek omstreeks 1850'
HUA, 'Adresboek 1860-1861'

¹²¹ De Bruin 'Een paradijs vol weelde', 394.

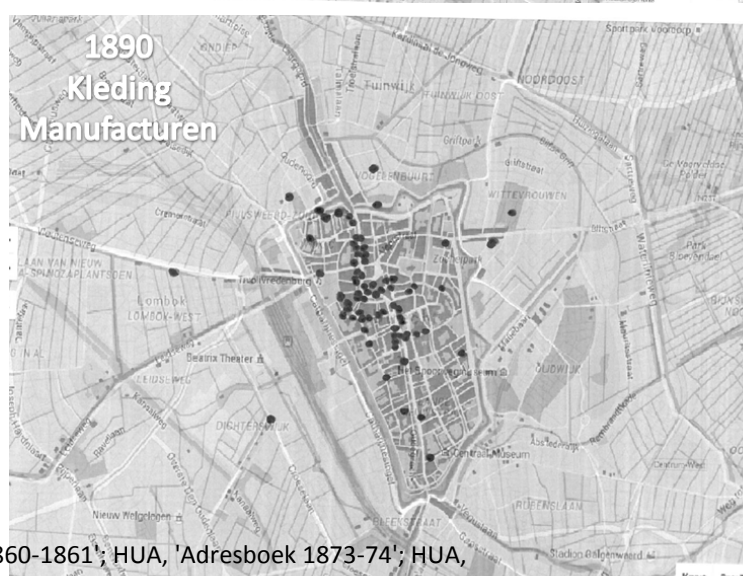
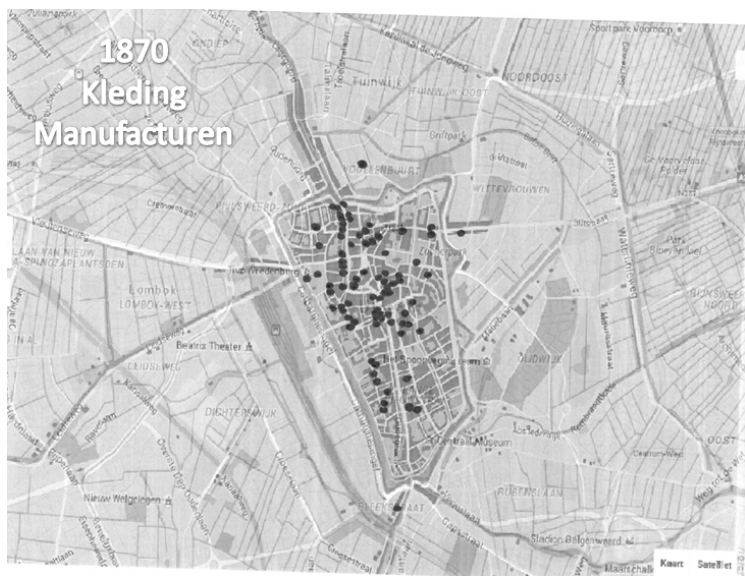
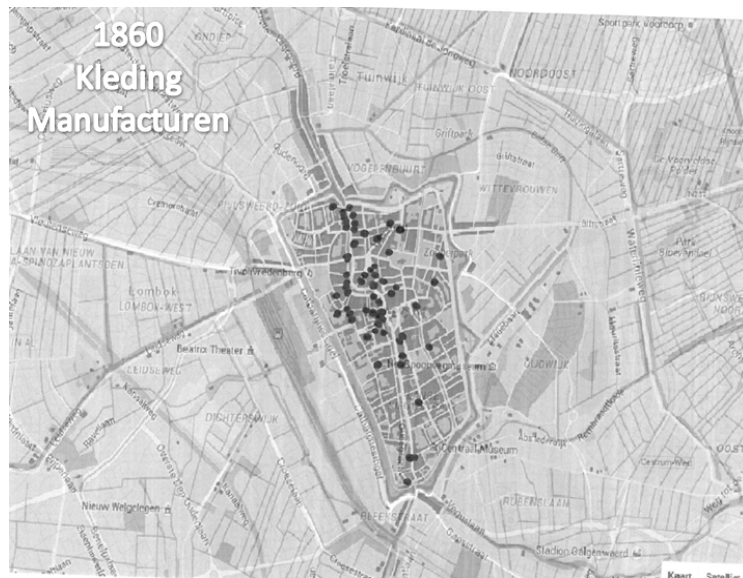
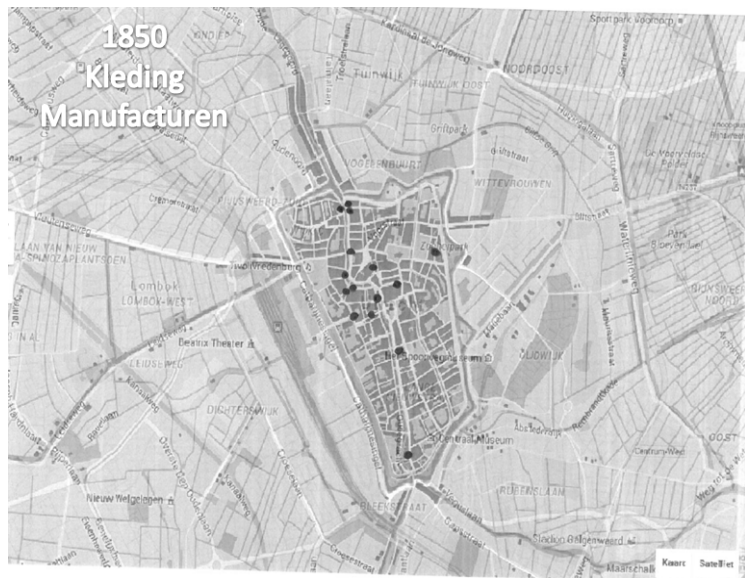
¹²² Brugman, *Markten in Utrecht*, 83.

¹²³ Arnout, *Sights/Sites of Splendor*, 484.

¹²⁴ Furnée, 'Om te winkelen', 49-50.

¹²⁵ Het Utrechts Archief, Beeldcollecties (digitaal), Catalogusnummer 35820, *Gezicht op de voorgevel van het pand Oudegracht G 17/18 (De Bazar van P.J. Huinck) te Utrecht*, <http://publiek.collecties.hetutrechtsarchief.nl/collectie/beeldmateriaal/Tekeningen_en_prenten/1850-1860/35820?nav_id=20-1&id=1280555341>.

Afbeelding 1.8 Plattegronden van de stad Utrecht kleding/manufacturen. 1850 1860, 1870, 1880, 1890.¹²⁶



¹²⁶ HUA, 'Adresboek omstreeks 1850'; HUA, 'Adresboek 1860-1861'; HUA, 'Adresboek 1873-74'; HUA, 'Adresboek 1880-1881'; HUA, 'Adresboek 1890-1891'.

Hoewel er wel degelijk voorzieningen waren voor voetgangers in het centrum (namelijk trottoirs en straatverlichting), werd er in het centrum van Utrecht in de negentiende eeuw geen voetgangersgebied aangelegd.¹²⁷ De aan- en afvoer van goederen met paard en wagen bleek belangrijker dan het faciliteren van *window shopping*.¹²⁸ In de Engelse steden werd er vaak bij vernieuwingsprojecten rekening gehouden bij de stratenplanning met de functie die de winkelstraten moesten uitoefenen. Zij moesten dan vaak goed te berijden zijn voor koetsen, maar er werd ook rekening gehouden met het voorzien van veilige wandelplaatsen voor winkelende voetgangers.¹²⁹ In Utrecht zien we dat de oude, Middeleeuwse stadsstructuur, gehandhaafd wordt tijdens de verbouwingsplannen van Burgemeester Van Asch-Van Wijk. De afname van het aantal winkels tussen 1880 en 1890 is wellicht te verklaren door de toenemende concurrentie en de diversiteit van producten die de bestaande winkels gingen verkopen.¹³⁰ Waar men eerst verschillende specialisten had in hoeden, schoenen etc., komen er aan het eind van de negentiende eeuw winkels op die gaan lijken op de volkswarenhuis. Magazijn van Zon (1897 - later V&D) deed bijvoorbeeld aan het eind van de negentiende eeuw zijn intrede in Utrecht.¹³¹ Bovendien stegen in die periode de arbeiderslonen stegen en de algehele welvaart, waardoor de koopkracht van een grote groep consumenten groeide.¹³²

De eerste kleding- en manufacturenwinkels in 1850 bevonden zich rondom de Oudegracht en haar zijstraten. Hoewel de dichtheid van de winkels in 1860 en 1870 steeds verder toeneemt, zien we dat deze winkels rondom de Oudegracht en haar zijstraten gevestigd blijven. In 1870 zien we dat er ook kleine centra ontstaan rondom twee straten die zich buiten het geografisch centrum bevinden: de Springweg (Wijk B) en de Lange Elisabethstraat (Wijk D).¹³³ In de laatstgenoemde straat was ook al een cluster van broodbakkers te ontdekken omstreeks 1880. In Wijk C treed er in 1880 ook een cluster van kleding- en manufacturenwinkels op. In de oppervlakte van de wijk zijn in deze periode zeven kleding- en manufacturenwinkels te vinden.¹³⁴ In 1889 wordt Wijk C in een wandelboekje, gepubliceerd door de gemeente Utrecht, ook aangewezen als een van de opmerkelijke centra van Utrecht. Logischerwijs zou dit kunnen betekenen dat er hier dus nog meer winkels aanwezig waren, dan enkel deze kleding- en manufacturenzaken.¹³⁵ Al sinds 1870 zien we een lichte verspreiding van

¹²⁷ 't Hart, *Leven in Utrecht*, 136.

¹²⁸ Ibidem.

¹²⁹ Stobart, *Spaces of Consumption*, 90-92.

¹³⁰ Mitchell, *Tradition and Innovation*, 175.

¹³¹ Ibidem.

¹³² Thijssen, 'Oudegracht', 10.

¹³³ HUA, 'Adresboek 1873-74'.

¹³⁴ HUA, 'Adresboek 1880-1881'.

¹³⁵ H. de Jong, 'Winkelen in Utrecht omstreeks 1900', *Maandblad Oud Utrecht*, 36 (1963), 76.

winkels naar de buitenwijken, maar pas in 1880 en 1890 wordt deze het duidelijkst zichtbaar.¹³⁶ In Utrecht zien we dat er dus op verschillende locaties clusters van kleding- en manufacturenwinkels ontstaan, voornamelijk rondom het oude centrum. Zoals in de neoklassieke theorie van locatiepatronen ook al werd aangeduid, zien we bij deze goederen de behoefte aan concurrentie terug. De clusters in het centrum zorgden ervoor dat consumenten de producten bij verschillende aanbieders konden vergelijken.¹³⁷

Goud- en zilversmederijen

Tabel 1.3 Aantal goud- en zilversmederijen in Utrecht 1850-1890¹³⁸

ca. 1850	1860	ca. 1870	1880	1890
14	21	26	21	29

Het aantal goud- en zilversmederijen in Utrecht tussen 1850 en 1890 is qua aantallen niet te vergelijken met bijvoorbeeld het aantal broodbakkers. Goud- en zilversmederijen verkochten producten die men zeker kon scharen onder de luxegoederen. Men had deze niet regelmatig nodig en ze waren erg duur in de aanschaf. Deze goederen zijn te scharen onder duurzame/overige goederen, die afhankelijk zullen zijn van een stabiele klantenkring in het centrum.¹³⁹ In Utrecht zien we dat het aantal goud- en zilversmederijen dat in bedrijf was gedurende de negentiende eeuw relatief stabiel bleef. De geprefereerde locaties voor de winkeliers in goud- en zilver waren rondom de Oudegracht. De drempelwaarde voor goud- en zilverproducten ligt namelijk een stuk hoger dan bijvoorbeeld voor brood - maar ook kleding was, vooral tegen het einde van de negentiende eeuw, een product dat beter te betalen was voor een grotere groep consumenten. De locaties van de goud- en zilversmederijen moesten dus ten eerste goed te bereizen zijn voor de consumentengroep. Daarnaast moesten deze winkels ook in dezelfde omgeving blijven bestaan. Wanneer bekend was dat in een bepaalde buurt dit type winkels te vinden was, konden de klanten deze winkels gemakkelijker vinden. Bovendien stond de Oudegracht in de late en het begin van de negentiende eeuw bekend vanwege haar luxueuze winkels en het feit dat veel rijke Utrechtenaren hier woonachtig waren.¹⁴⁰ Aangezien dit deel van de bevolking zich de luxe producten uit de goud- en zilversmederijen kon veroorloven, is het in de lijn der verwachting dat deze winkels zich in deze

¹³⁶ HUA, 'Adresboek 1890-1891'

¹³⁷ Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam*, 225.

¹³⁸ HUA, 'Adresboek omstreeks 1850'; HUA, 'Adresboek 1860-1861'; HUA, 'Adresboek 1873-74'; HUA, 'Adresboek 1880-1881'; HUA, 'Adresboek 1890-1891'.

¹³⁹ Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam*, 14.

¹⁴⁰ Thijssen, 'Oudegracht', 8.

buurten zouden vestigen.

De veranderingen in de detailhandel in het begin van de negentiende eeuw oefenden ook hun invloed uit op het verkoopproces in de goud- en zilversmederijen. Het straatbeeld van Utrecht veranderde sterk door de vervanging van luifels en traditionele manieren van verkopen op straat door glazen winkelpuien en verkoop binnen in de winkels.

Hierdoor konden de winkeliers etalages inrichten, waarin zij hun waar aan het publiek toonden, zoals in afbeelding 1.10.¹⁴¹ Door de verkoop van producten te verplaatsen naar binnen de winkel kon het handelswaar ten eerste beschermd worden, doordat men de winkel kon afsluiten. Dit was een groot voordeel voor winkeliers die dure waren verkochten. Bovendien werd het mogelijk om een meer persoonlijke aanpak in het verkoopproces te verwerken, waardoor men bezig bleef met het belangrijke aspect van klantenbinding.¹⁴² Deze ontwikkeling moet echter wel in perspectief worden geplaatst. Andere type winkels hingen namelijk de traditionele manier van het uitstallen van hun waar aan. Zo klaagden bijvoorbeeld een aantal slagers in 1856 over een gemeentelijke verordening, waardoor zij hun mager vlees en spek niet meer aan hun gevel mochten hangen.¹⁴³ Deze vernieuwingen waren dus sterk afhankelijk van de producten die de winkeliers verkochten.



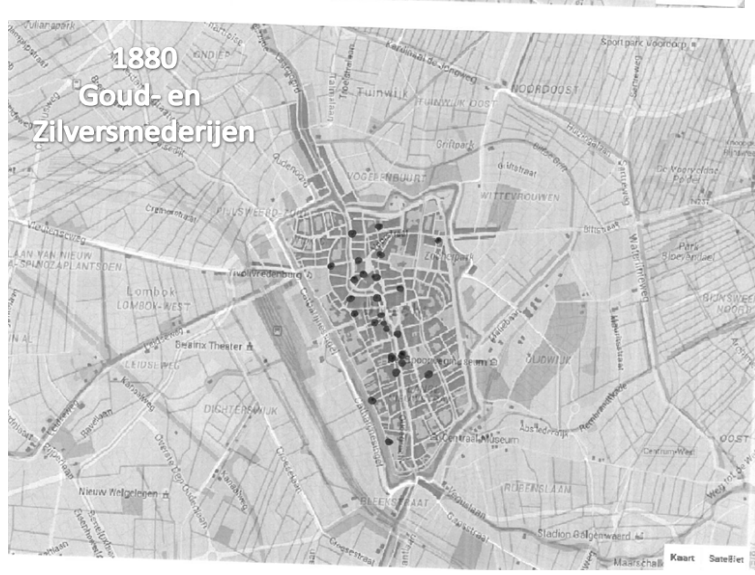
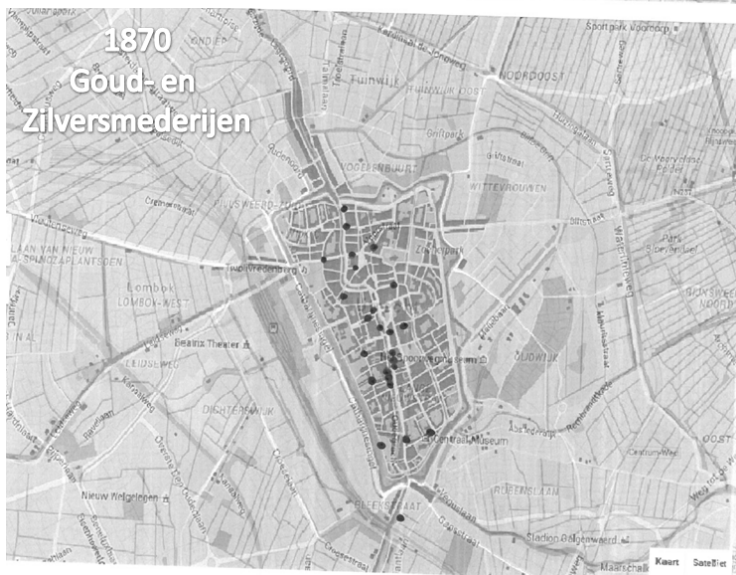
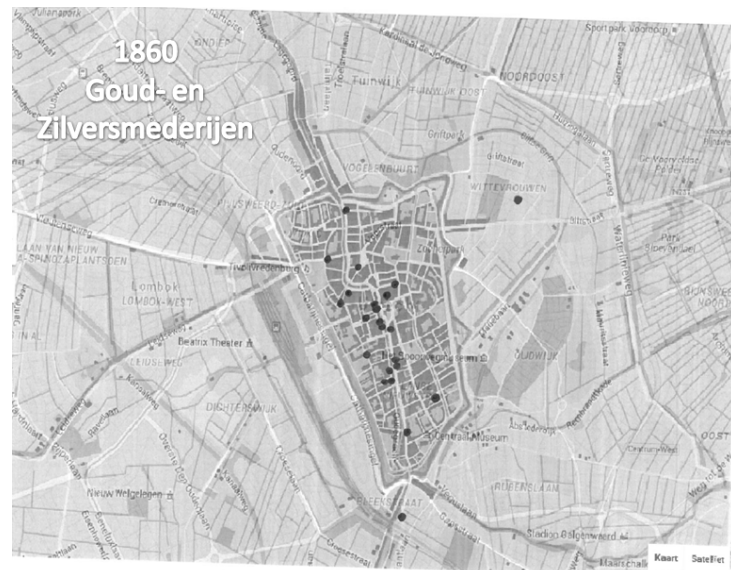
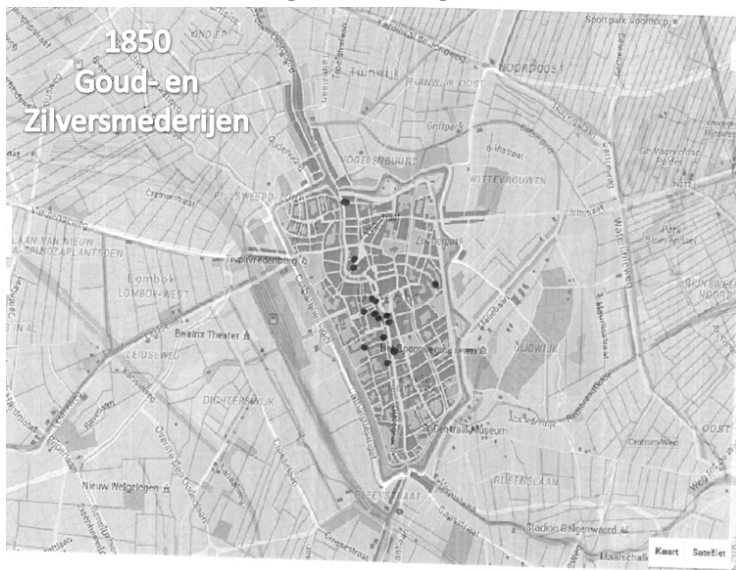
Afbeelding 1.10 Gezicht in de Choorstraat te Utrecht met Goud- en Zilversmid P. M. G. Wouters ca. 1900

¹⁴¹ Het Utrechts Archief, Beeldcollecties (digitaal), Catalogusnummer 26458, *Gezicht in de Choorstraat te Utrecht, met links op de voorgrond het pand Choorstraat 33 (Goud- en Zilversmid P. M. G. Wouters)*, <http://publiek.collecties.hetutrechtsarchief.nl/collectie/beeldmateriaal/Fotografische_documenten/1900-1910/26458?nav_id=21-1&id=1280982866>.

¹⁴² Stobart, *Spend, Spend, Spend*, 55-59.

¹⁴³ 't Hart, *Leven in Utrecht*, 136.

Afbeelding 1.9 Plattegronden van de stad Utrecht goud/zilver 1850 1860, 1870, 1880, 1890.¹⁴⁴



¹⁴⁴ HUA, 'Adresboek omstreeks 1850';
HUA, 'Adresboek 1860-1861';
HUA, 'Adresboek 1873-74';
HUA, 'Adresboek 1880-1881';
HUA, 'Adresboek 1890-1891'.

Conclusie

In het begin van de negentiende eeuw vormen de wekelijkse en maandelijkse markten met de kleine winkelbedrijven het grootste gedeelte van het winkellandschap van Utrecht. De lange traditie van markten zorgde voor een regelmatige stroom bezoekers. Handel werd aan het begin van de negentiende eeuw het meest op straat gedreven. Winkels waren herkenbaar door de luifels op straat of producten aan de gevel. Deze manier van verkopen zorgde voor veel drukte op straat vooral op de marktdagen. De luifels van de winkels waren daarbij ook nog instabiel, wat voor gevaarlijke situaties voor de voetgangers kon zorgen. Door regulering rondom het gebruik van luifels door de gemeente werd de transitie naar glazen winkelpuien, naar Engels en Frans voorbeeld, gestimuleerd. Winkels die producten verkochten die gemakkelijk in de etalages uit te stallen waren, konden hier dus gebruik van maken. Op deze manier spraken zij voorbijgaande klanten aan door hun waar in etalages te plaatsen. De traditionele praktijken van het uitstallen van koopwaar, onder een luifel of aan de gevel van een gebouw, bleven echter ook voortbestaan. In het winkellandschap gedurende de negentiende eeuw is een opvallende onderneming de Winkel van Sinkel. Dit was een grootwinkelbedrijf dat in 1839 een vestiging te Utrecht opende. In deze winkel werden een aantal concepten van het later opkomende fenomeen van warenhuizen toegepast, zoals het gebruik van verlichte etalages, advertenties en het vaststellen van de prijzen. Bovendien had deze winkel een bijzonder grote omvang, mede door de grote oppervlakte van het magazijn en het koetshuis - waar het personeel inwoonde.

Tussen 1850 en 1860 zien we een explosieve groei in het aantal winkels in alle drie de onderzochte sectoren (broodbakkers, winkeliers in kleding en manufacturen en goud- en zilvermederijen). Er moet hierbij wel in acht genomen worden dat er tot 1850 geen goed geregistreerde data is van de bedrijven en beroepen te Utrecht. Pas omstreeks 1850 is het eerste adresboek opgesteld. Het heeft vervolgens nog tien jaar geduurd voor er jaarlijkse adresboeken werden opgesteld door de gemeente. Het is dus mogelijk dat een deel van deze groei ook aan te rekenen is op het feit dat de documentatie in tot 1850 niet geheel correct was.

Het aantal broodbakkers gevestigd te Utrecht blijft tussen 1860 en 1890 stabiel. Tussen 1870 en 1880 treed er verspreiding op van broodbakkers vanuit het centrum richting de buitenwijken van de stad. Brood is een dagelijkse behoefte voor veel mensen en was een goed te betalen product. Het is daarom naar verwachting dat de winkeliers zich met de bevolking mee verplaatsen. De bevolking van Utrecht blijft echter lange tijd binnen de stadsmuren woonachtig. Pas na de stadsuitbreiding (afgerond omstreeks 1870) en de nieuwbouw van 1880 is het mogelijk voor de bevolking om zich verder te verplaatsen naar de buitengebieden. De verspreiding van de clusters van broodbakkers lijkt hiermee samen te hangen. Het aantal kleding- en manufacturenzaken in Utrecht blijft na 1860 niet zo stabiel als het aantal bakkers. Hier zien we een opvallende fluctuatie ontstaan. In 1880 staan er

opvallend meer kleding- en manufacturenzaken geregistreerd, maar dit is maar van korte duur. We zien hier dus een opkomst, maar ook een directe terugval. Deze data toont bovendien aan dat een bijzondere groei of afname in winkelaantallen niet onmogelijk is. Terugkomend op de kanttekening die eerder gemaakt werd over de documentatie tussen 1850 en 1860: dergelijke groei is dus niet uitgesloten.

De aantrekkingskracht van het centrum speelt in de locatiepatronen van kleding- en manufacturenwinkels in Utrecht een grote rol. Deze zaken clusteren zich voornamelijk in het centrum van de stad. Op deze manier waren er voor consumenten ook genoeg mogelijkheden om de koopwaren te vergelijken. De markten bleven ook gedurende de negentiende eeuw nog een centrale rol spelen en zorgen voor toestroom van mensen uit de buitenwijken en de regio naar het centrum van de stad. Bovendien werd de stad steeds beter bereikbaar voor mensen uit de regio, doordat men vanaf tot 1870 ook via de spoorwegen Utrecht kon bereiken. Deze ontwikkeling bood overigens ook een grotere mogelijkheid tot uitstapjes, in ieder geval voor de gegoede burgerij. Bij de winkeliers die luxeproducten verkochten, de goud- en zilversmederijen, is ook een sterke concentratie van winkels rondom het geografisch centrum van de stad te constateren. Zij bleven qua aantal gedurende de periode 1860-1890 een constant onderdeel van het winkellandschap van Utrecht.

We kunnen dus constateren dat in de casus van Utrecht het winkellandschap gedurende de negentiende eeuw een langzame opmars begon. Vernieuwingen in de detailhandel die ook aan vroegmoderne samenlevingen in bijvoorbeeld Engeland, maar ook Amsterdam, worden toegeschreven zijn voorzichtig te constateren in ontwikkeling het winkellandschap van Utrecht. Zo zien we dat de straatverkoop wordt terug gedrongen en dat grote bedrijven (voornamelijk opgericht door Duitse immigranten) nieuwe ontwikkelingen op het gebied van verkoop en advertentie inbrengen. De ontwikkelingen die in de metropolen dus te zien zijn zoals moderne verkooptechnieken, etalages, maar ook de locatiepatronen, treden in Utrecht dus een stuk later op.

De aantrekkingskracht van het oude centrum blijft echter een grote rol spelen in het winkellandschap van Utrecht. Waar we in Amsterdam bijvoorbeeld al verspreiding van winkels naar de buitenwijken en opkomst van centra aldaar vanaf de achttiende eeuw zagen optreden, zien we dat in Utrecht de grootste clusters nog steeds in het centrum te vinden zijn. Dit verschil is het meest aantoonbaar wanneer gekeken wordt naar de beroepsgroep broodbakkers. De verspreiding van deze beroepsgroep vindt in Utrecht pas veel later plaats dan in de hoofdstad. Het feit dat brood een van de dagelijkse goederen is die mensen tot zich nemen, zou een grote groei in het aantal zaken en een verspreiding door het gehele winkellandschap betekenen. Dit blijft in Utrecht achter tot in het einde van de negentiende eeuw.

Deze data toont ook aan dat de groei van het aantal winkels in Utrecht geen lineair gegeven is. Een plotse groei en terugval van het aantal winkels dat zich in de stad vestigt is zeker mogelijk. Hoewel de industrialisatie dus in de tweede helft van de negentiende eeuw ook zijn intrede doet in Nederland, betekent dit niet dat het winkellandschap in een stijgende lijn van modernisering terecht kwam. Bovendien speelden waren die de winkeliers verkochten een significante rol binnen de manier waarop er met traditie en vernieuwing om werd gegaan in de negentiende eeuw in Utrecht. Hoewel er ook nieuwe invloeden in het winkelbedrijf gaande waren, bleven winkeliers zich ook bezig houden met traditionele manieren van verkoop en handel. Zo bleven ook de markten gedurende de negentiende eeuw hun rol houden, hetzij op andere locaties of in markthallen. Het centrum van het winkellandschap vestigde zich in het oude centrum, waar de traditionelere manieren van winkelbedrijf in Utrecht haar wortels heeft. Aan het eind van de negentiende eeuw zien we dat de locatiepatronen zich verder spreiden over het oppervlak van de stad. Het traditionele winkelbedrijf, de nieuwe, grote 'magazijnen' en de markten treden gedurende de negentiende eeuw met elkaar in wisselwerking en geven tezamen vorm aan het veranderende winkellandschap van Utrecht.

Bibliografie

Bronnen

Het Utrechts Archief, *Gemeente Utrecht*, 'Adresboek omstreeks 1850'.

Het Utrechts Archief, *Gemeente Utrecht*, 'Adresboek 1860-1861'.

Het Utrechts Archief, *Gemeente Utrecht*, 'Adresboek 1873-74'.

Het Utrechts Archief, *Gemeente Utrecht*, 'Adresboek 1880-1881'.

Het Utrechts Archief, *Gemeente Utrecht en de Bilt*, 'Adresboek 1890-1891'.

Het Utrechts Archief, *Omnummeringslijsten Deel 1 - 1860-1890 (ingedeeld per wijk)*.

Het Utrechts Archief, *Omnummeringslijsten Deel 2 - 1860-1890-1917* (ingedeeld op alfabetische volgorde per straat + omnummering van de Oudegracht in 1917).

Literatuur

Arnout, Anneleen, *Sights/Sites of Splendor. The shopping landscape of nineteenth-century Brussels* (Leuven, 2015).

Benson, John en Ugolini, Laura, *Cultures of Selling: perspectives on Consumption and Society since 1700* (Aldershot, 2006).

Benson, Susan Porter, 'Reviewed work: The Department Store - a social history', *The Journal of American History*, 84(2), <<http://www.jstor.org.ru.idm.oclc.org/stable/2952646>>, 675.

Beliën, Herman en Hoogstraten, Monique van, *Koopmansgeest: monumenten van de handel* (Amsterdam, 2002).

Bijlstra, R., *2000 jaar Utrecht: stedenbouwkundige ontwikkeling van castrum tot centrum* (Utrecht/Antwerpen, 1969).

Brugman, Jan, Hans Buitier, Kaj van Vliet, *Markten in Utrecht: van de vroege middeleeuwen tot nu* (Utrecht, 1995).

Bruin (red.), R.E. de, *'Een paradijs vol weelde': geschiedenis van de stad Utrecht* (Utrecht, 2000).

Bruin, R.E. de, e.a., *Twintig eeuwen Utrecht: korte geschiedenis van de stad* (Utrecht, 1999).

Furnée, Jan Hein, 'Om te winkelen, zoo als het in de residentie heet: Consumptiecultuur en stedelijke ruimte in Den Haag, 1850-1950', *Jaarboek voor de Vrouwengeschiedenis* (2002), 29-50.

Furnée, Jan Hein en Lesger, Clé (red.) *The landscape of consumption: shopping streets and cultures in Western Europe, 1600-1900* (Palgrave Connect, 2015).

Hart, Pieter Dirk 't, *Leven in Utrecht 1850-1914: groei naar een moderne stad* (Hilversum, 2005).

Het Utrechts Archief, '1664: Uitbreidingsplan van Hendrick Moreelse'

<<http://www.hetutrechtsarchief.nl/thema/tijdbalk/1664>> [geraadpleegd op 01-06-2016].

Het Utrechts Archief, 'Huizen vol historie. Gids voor huizenonderzoek in de provincie Utrecht'.

<http://www.hetutrechtsarchief.nl/files/onderzoeksgidsen/Gids_01.pdf> [geraadpleegd op 11-06-2016].

Jong, H. de, 'Winkelen in Utrecht omstreeks 1900', *Maandblad Oud Utrecht*, 36 (1963), 70-81.

Lesger, Clé, *Het winkellandschap van Amsterdam: Stedelijke structuur en winkelbedrijf in de vroegmoderne en moderne tijd, 1550-2000* (Hilversum, 2013).

Meulen, J.N. van der, 'De Winkel van Sinkel te Utrecht', *Maandblad Oud Utrecht*, 58, (1985), 193-199.

Mielliet, Roger en de Voorn, Marieke, *Winkelen in Weelde: warenhuizen in West-Europa, 1860-2000* (Zutphen, 2001).

Miller, Michael B., *The Bon Marché - Bourgeois Culture and the Department Store, 1869-1920* (Princeton NJ, 1981).

Mitchell, Ian, *Tradition and Innovation in English retailing 1700 to 1850* (Farnham, 2014), 181.

NOS Economie, 'V&D: We hebben 80 procent van de oplossing', <<http://nos.nl/artikel/2018025-v-d-we-hebben-80-procent-van-de-oplossing.html>>.

Onbekende auteur, 'Winkelstraat Choorstraat', *Hart van Utrecht*, 1.3 (1985), 8-9.

Pauwels, Robby en Henk de Vos, *Winkelen in Utrecht. 42 leuke winkeltjes in woord en beeld* (Apeldoorn, 1975).

Schrover, Marlou, *Een kolonie van Duitsers: groepsvorming onder Duitse immigranten in de negentiende eeuw* (Amsterdam, 2002), 217.

Stobart, Jon, Andrew Hannn en Victoria Morgan, *Spaces of Consumption - Leisure and Shopping in the English town, c.1680-1830* (New York, 2007).

Stobart, Jon, *Spend, Spend, Spend* (Gloucestershire, 2008).

Thijssen, Gonny, 'Winkelen langs de Oudegracht', *Binnenstadskrant* 3.5 (1997) , 8-10.

Vos, Art de, *In de Winkel van Sinkel is alles te koop* (Schiedam, 2015).

Winkel van Sinkel, 'Historie' <<http://www.dewinkelvansinkel.nl/historie/>> [geraadpleegd op 10-06-2016].

Whitlock, Tammy, *Crime, Gender and Consumer Culture in Nineteenth-Century England* (Aldershot, 2005).

Afbeeldingverantwoording

Afbeelding 1.1 (Voorblad): Het Utrechts Archief, Beeldcollecties (digitaal), Catalogusnummer 807538, *Afbeelding van een affiche van het warenhuis ("magazijn van manufacturen") van A. Sinkel (Oudegracht G 11/15) te Utrecht*,
<http://publiek.collecties.hetutrechtsarchief.nl/collectie/beeldmateriaal/Tekeningen_en_prenten/1810-1820/807538?nav_id=3-1&id=1281695012>.

Afbeelding 1.2 R. Bijlstra, *2000 jaar Utrecht: stedenbouwkundige ontwikkeling van castrum tot centrum* (Utrecht/Antwerpen, 1969), 156-157, De bebouwing van Utrecht tussen 1840-1890.

Afbeelding 1.3 Het Utrechts Archief, Beeldcollecties (digitaal), Catalogusnummer 35875, *Gezicht vanaf de oostzijde van de Oudegracht te Utrecht bij de Weesbrug (rechts) op de voorgevels van de huizen aan de westzijde van de gracht met het Gereformeerd Burgerweeshuis en daarachter de toren en het dak van de kerk van het Regulierenklooster*.
<http://publiek.collecties.hetutrechtsarchief.nl/collectie/beeldmateriaal/Tekeningen_en_prenten/1740-1750/35875?nav_id=9-1&id=1279961094>.

Afbeelding 1.4 R.E. de Bruin (red.), *'Een paradijs vol weelde': geschiedenis van de stad Utrecht* (Utrecht, 2000), 403, Markten in Utrecht circa 1850.

Afbeelding 1.5 Het Utrechts Archief, Beeldcollecties (digitaal), Catalogusnummer 35798, *Gezicht op de Oudegracht te Utrecht bij de Stadhuisbrug met de voorgevels van de Winkel van Sinkel en de huizen aan de Ganzenmarkt en rechts de hoek van het huis Keijserrijk*.<http://publiek.collecties.hetutrechtsarchief.nl/collectie/beeldmateriaal/Tekeningen_en_prenten/1740-1750/35875?nav_id=9-1&id=1279961094>.

Afbeelding 1.6	}	Handmatig opgesteld aan de hand van de adresboeken en concordantietabellen van de Gemeente Utrecht.
Afbeelding 1.8		
Afbeelding 1.9		

Afbeelding 1.7 Het Utrechts Archief, Beeldcollecties (digitaal), Catalogusnummer 35820, *Gezicht op de voorgevel van het pand Oudegracht G 17/18 (De Bazar van P.J. Huinck) te Utrecht*,
<http://publiek.collecties.hetutrechtsarchief.nl/collectie/beeldmateriaal/Tekeningen_en_prenten/1850-1860/35820?nav_id=20-1&id=1280555341>.

Afbeelding 1.10 Het Utrechts Archief, Beeldcollecties (digitaal), Catalogusnummer 26458, *Gezicht in de Choorstraat te Utrecht, met links op de voorgrond het pand Choorstraat 33 (Goud- en Zilversmid P. M. G. Wouters)*,
<http://publiek.collecties.hetutrechtsarchief.nl/collectie/beeldmateriaal/Fotografische_documenten/1900-1910/26458?nav_id=21-1&id=1280982866>.

Bijlagen

Plattegrond van de binnenstad van Utrecht, via www.stadsindex.nl

