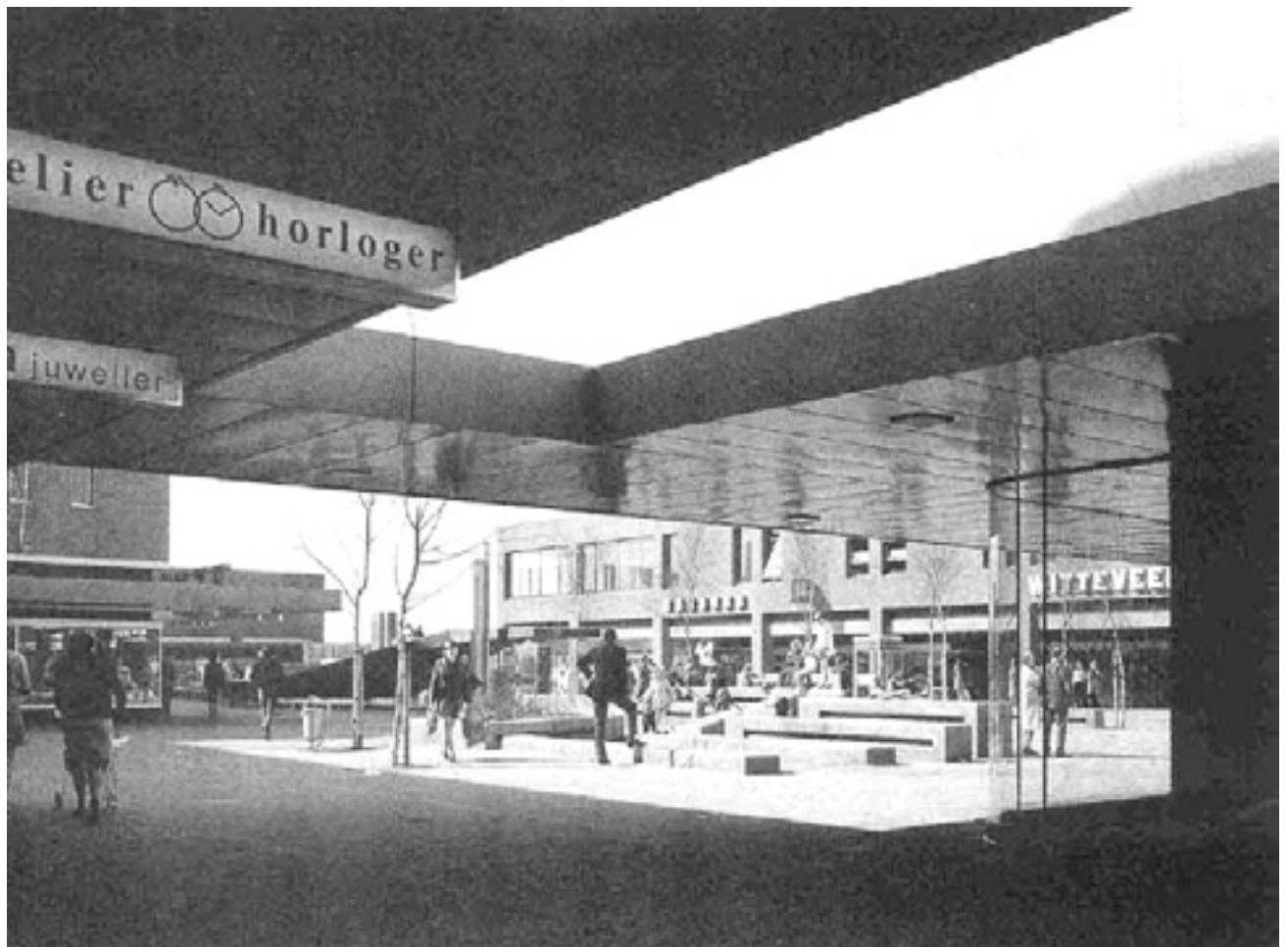


---

# Winkelcentra

CATEGORIAAL ONDERZOEK WEDEROPBOUW 1940-1965

Wijnand Galema en Dorine van Hoogstraten



---

MAART 2005/ZEIST

**In opdracht van het Projectteam Wederopbouw van de Rijksdienst voor de Monumentenzorg**

---

HOOFDSTUK 1 INLEIDING EN METHODIEK	03
1.1 Inleiding	03
1.2 Methodiek	04
HOOFDSTUK 2 VOORoorlogse ONTWIKKELINGEN	09
2.1 Opkomst en detailhandel	09
2.2 Schaalvergroting en concentratie in winkelbouw	11
2.3 Stedenbouw en winkelplanning	15
2.4 Ontwikkelingen in de Verenigde Staten	17
2.5 Noodwinkels – Gevolgen van de Oorlogsschade	18
HOOFDSTUK 3 NAOORLOGSE ONTWIKKELING	21
3.1 Ideologische en sociaal-maatschappelijke achtergronden	21
3.2 Bestuurlijke en organisatorische achtergronden	24
3.3 De bouw van naoorlogse winkelcentra	31
3.4 De Lijnbaan, prototype van het naoorlogs winkelcentrum	36
3.5 Ontwikkelingen na 1965	39
HOOFDSTUK 4 PRESELECTIE EN TOETSING	42
4.1 Bronnen	42
4.2 Waarderingscriteria	42
4.3 Selectiemethode	43
4.4 Voorbeelden uit de preselectie	43
4.5 Conclusie	45
BIJLAGEN	47



---

# Hoofdstuk 1 Inleiding en methodiek

---

## 1.1 INLEIDING

### AANLEIDING EN CONTEXT

De Rijksdienst voor de Monumentenzorg (RDMZ) startte in 2001 een meerjarig onderzoeksproject dat ten doel had een landelijk referentiekader voor het gebouwde erfgoed uit de wederopbouwperiode (1940-1965) te verkrijgen. Eén van de onderdelen van dit project is een reeks categoriale studies, waaraan tot eind 2004 wordt gewerkt. Het eerste rapport (dat de scholenbouw als onderwerp had) verscheen in januari 2003, gevolgd door het kerkenrapport en het raadhuisrapport. Omdat veel informatie over de naoorlogse architectuur is vastgelegd in boeken, tijdschriften en archieven, heeft de RDMZ in afwijking van het Monumenten Inventarisatie Project (MIP, 1850-1940), waarbij de gebouwde omgeving gebiedsgewijs per gemeente werd geïnventariseerd, gekozen voor een aanpak waarbij de objecten allereerst per categorie worden bestudeerd op basis van de literatuur en tijdschriftartikelen. De volgorde waarin de categorieën worden onderzocht, is onder andere afhankelijk gesteld van actuele ontwikkelingen, de mate van bedreiging en de importantie of representativiteit van de gebouwcategorie voor de wederopbouwperiode. De resultaten van alle categoriale studies worden uiteindelijk voorgelegd aan provincies, gemeenten en vakorganisaties, zodat lacunes in het overzicht kunnen worden aangevuld. Na afronding van de categoriale inventarisatieonderzoeken zal de RDMZ overgaan tot de vervolgfase van selectie en bescherming van het vroeg-naoorlogse erfgoed. Hiervoor dient het beleidskader nog te worden vastgesteld.

### PROCES EN BETROKKENEN

Het onderzoek naar winkelcentra is in 2004 uitgevoerd door architectuurhistorici Wijnand Galema en Dorine van Hoogstraten, die als externe onderzoekers werden aangetrokken door het Projectteam Wederopbouw van de RDMZ.

Zoals vastgelegd in de onderzoeksnota *Richtlijnen Categorieaal Onderzoek Wederopbouwobjecten 1940-1965* (RDMZ 26 juni 2001), is voor het categoriaal onderzoek naar de winkelcentra een begeleidingscommissie ingesteld. De leden van deze commissie hebben de conceptteksten van het rapport becommentarieerd en meegedacht over de lijst van interessante winkelcentra uit de periode 1940-1965. In de begeleidingscommissie hebben de volgende personen met kennis op het gebied van de bouw en architectuur van, en beleidsmatige aspecten omtrent (naoorlogse) winkelcentra, zitting genomen:

- Dhr. Meindert Booij (architectenbureau Van den Broek en Bakema)

- Dhr. Dion Kooijman (faculteit Bouwkunde, Vakgroep Vastgoedmanagement, TU Delft)
- Dhr. Paul Meurs (architect en onderzoeker)

De begeleidingscommissie stond onder voorzitterschap van Anita Blom, die als projectcoördinator is verbonden aan het projectteam Wederopbouw. Gedurende de looptijd van het onderzoek naar winkelcentra is de begeleidingscommissie één keer bijeen gekomen, na de totstandkoming van de conceptversie van het rapport (waarbij tevens inhoudelijk van gedachten is gewisseld over het onderwerp en de selectiecriteria voor preselectie zijn besproken).

### LEESWIJZER

Het rapport is als volgt opgebouwd: in de inleiding wordt de RDMZ-methodiek voor het categoriaal onderzoek in hoofdlijnen beschreven en nader uitgewerkt aan de hand van het onderzoek naar winkelcentra. Het tweede en derde hoofdstuk van dit rapport vormen het inhoudelijke referentiekader van het onderzoek. De geraadpleegde publicaties en de algemene artikelen uit de vakbladen zijn bewerkt tot twee beschouwende hoofdstukken: een chronologische opgezette inleiding over de ontwikkeling van het winkelcentrum tot 1940 (hoofdstuk 2) en een thematisch gestructureerd verhaal over de ontwikkeling tussen 1940 en 1965 (hoofdstuk 3). Beide hoofdstukken schetsen het bredere kader waarbinnen de afzonderlijke winkelcentra uit de groslijst geplaatst en begrepen kunnen worden. Hoofdstuk 4 bevat de toelichting op de preselectie van een aantal belangrijke winkelcentra en de gedeeltelijke toetsing van deze selectiemethode in het veld. Dit hoofdstuk is geïllustreerd met een paar representatieve voorbeelden. In bijlage 4 is een complete lijst van ingevoerde winkelcentra opgenomen.

## 1.2 METHODIEK

De methodiek voor het onderzoek naar objecten van diverse categorieën gebouwen uit de wederopbouwperiode is vastgelegd en beschreven in de reeds eerder genoemde nota *Richtlijnen Categoriaal Onderzoek Wederopbouwobjecten 1940-1965*, die voort zijn gekomen uit het in 1999 opgestelde *Plan van Aanpak Wederopbouw 1940-1965 RDMZ*. Naar aanleiding van de pilotstudies naar scholen, raadhuisen en kerken is de methodiek in maart 2003 aangepast. Deze methode is op hoofdlijnen gevolgd bij het onderzoek waarvan dit rapport de weerslag vormt. In het navolgende wordt de in de nota beschreven methodiek nader toegelicht.

### DOELSTELLING

Het onderzoek dat de RDMZ verricht naar de gebouwde omgeving uit de wederopbouwperiode, heeft een vierledig doel:

- Het verkrijgen van een landelijk en representatief overzicht van objecten uit de wederopbouwperiode dat toegankelijk is voor RDMZ-medewerkers en een aantal geselecteerde externe gebruikers

- Het leggen van een basis voor een wetenschappelijk verantwoord, centraal geleid en uitgevoerd selectie-, registratie- en beschermingsbeleid (na 2004)
- Het vergroten en verbreden van draagvlak door het verspreiden van kennis
- Het stimuleren en bevorderen van beleidsbeïnvloeding en alliantievorming vanuit cultuurhistorisch perspectief

Voor het onderzoek naar de categorie winkelcentra was het niet mogelijk om een landelijk dekkend en uitputtend overzicht te verkrijgen met deze onderzoeksmethode. Het uitgangspunt is om aan de hand van de algemene en objectgerichte literatuur een representatief beeld te vormen van de in de wederopbouwperiode totstandgekomen winkelcentra.

### **AFBAKENING**

In het *Plan van Aanpak* uit 1999 wordt de volgende definitie voor de term Wederopbouw gegeven: 'Het erfgoed van de Wederopbouw omvat de resultaten van (steden)bouwkunst, landinrichting, interieurarchitectuur en monumentale kunst uit de periode 1940-1965'.

Voor het objectgerichte onderzoek is in de nota onderscheid gemaakt in elf hoofdcategorieën, die op hun beurt zijn onderverdeeld in subcategorieën. Deze hoofdcategorieën zijn gebaseerd op de verdeling zoals gehanteerd in de Geïllustreerde Beschrijvingen.

Onderhavig onderzoek heeft uitsluitend betrekking op de functie 'Winkelcentrum' binnen de hoofdcategorie 'Handel, Transport en Kantoren', subcategorie 'Detailhandel'. Bij de afbakening van de categorie stuiten de onderzoekers en de leden van de begeleidingscommissie op complicaties omdat het typologische onderscheid tussen winkelcentra, winkelstraten, warenhuizen en losse winkels soms lastig te maken is. Het winkelcentrum is in dit onderzoek gedefinieerd als een zelfstandig complex dat als eenheid is ontworpen rondom een voetgangersgebied, meestal als onderdeel van een uitbreidingsplan en in enkele gevallen als onderdeel van een bestaand stads- of dorpscentrum. Het is een concentratie van winkels met eventueel aanvullende voorzieningen, waarbij het winkelen de belangrijkste functie is. Winkellinten, -straten, -strips en straten of pleinen in een woonwijk waaraan een aantal winkels zijn gevestigd, zijn niet als winkelcentra opgevat. Ook woningbouw in blokken of stroken waar op de begane grond winkels gevestigd zijn, vallen buiten dit onderzoek. Deze andersoortige commerciële functies in stedenbouwkundige plannen en afzonderlijke winkels en warenhuizen uit de wederopbouwperiode dienen echter wel onderzocht te worden.

Een voorbeeld van een interessant bouwproject dat van de preselectie is uitgesloten omdat het geen winkelcentrum betreft, is de Hermanus Boexstraat in Eindhoven. Het betreft een winkel- en woningencomplex naar ontwerp van architecten J.W.C. Boks en W. Eijkelenboom uit 1958 dat een verbinding vormt tussen het Stationsplein en de Oude Markt. De gevarieerde gevels met de opvallende balkons en luifels maken het een interessant complex dat er om vraagt onderzocht te worden, maar dat in dit onderzoek typologisch gezien niet past. Een ander voorbeeld is het winkel- en woon-

complex Caberg in Maastricht van architect G.J.W. Snelder (1954-1958), dat ook niet in de preselectie is opgenomen omdat het geen winkelcentrum is. Het project bestaat uit vier losse blokken woningen met winkels en horeca er onder. Het is een zeer interessant ontwerp dat wellicht in een andere categorie aan bod kan komen.

Verder verwachten de onderzoekers en leden van de begeleidingscommissie dat veel winkelcentra destijds niet zijn gepubliceerd. Dat betekent dat met name in de naoorlogse uitbreidingswijken bij grote steden meer goede voorbeelden van buurt- en wijkwinkelcentra te vinden moeten zijn. Gericht veldwerk in wijken als Utrecht Overvecht en Kanaleneiland kan op dat vlak nog veel opleveren.

## WERKWIJZE

De onderzoeksnota onderscheidt de navolgende gefaseerde werkwijze:

### (LITERATUUR-)ONDERZOEK

De eerste fase bestaat uit het bestuderen van algemene en categoriespecifieke literatuur uit en over de wederopbouwperiode, alsmede artikelen in algemene en categoriespecifieke vaktijdschriften uit de wederopbouwperiode. Met deze insteek gaat de RDMZ uit van de veronderstelling dat bijna alle landelijk belangwekkende objecten in de genoemde literatuur vermeld zijn.

In tegenstelling tot de overvloedige algemene literatuur over de wederopbouw, bestaan er nauwelijks handboeken die specifiek over naoorlogse winkelcentra handelen. De enige recente onderzoeken waarin het naoorlogse winkelcentrum als bouwtype aan bod komt, zijn Dion Kooijman, *Machine en theater: ontwerpconcepten van winkelgebouwen* (1999) en Dorine van Hoogstraten, 'Groosman en de winkelbedrijven' in *E.F. Groosman (1917-1999). Bouwer met grenzeloze ambities* (2001). Verder is veel gebruik gemaakt van bronnenmateriaal uit de wederopbouwperiode zelf, zoals Rein Fledderus, *Over winkels* uit 1957 en A.W. Luijckx, *Winkelcentrum. Van markt tot shopping center* (1963). In de jaren direct na 1965 is een aantal overzichten van gebouwde winkelcentra gepubliceerd door onder meer het Centraal Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, de Stichting Ontwikkelingsbureau Winkelcentra en het Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf.

De meeste relevante literatuur is afkomstig uit de bibliotheken van het Nederlands Architectuurinstituut, de faculteit Bouwkunde van de Technische Universiteit Delft en de faculteiten Planologie en Economie van de Universiteit van Amsterdam (de Pierson Révész Bibliotheek). Daarnaast is literatuur uit contemporaine vakbladen (met name uit Bouw) verzameld door de documentalist van de Rijksdienst voor de Monumentenzorg in Zeist. In de vaktijdschriften uit de periode 1940-1965 wordt de bouw van winkelcentra over het algemeen vrij summier besproken. Van de algemene vaktijdschriften zijn alle nummers uit de periode 1940-1965 doorgenomen van de bladen *Bouw*, *Bouwkundig Weekblad*, *Forum*, *Katholiek Bouwblad*, *Wonen (TABK)* en *Publieke Werken*. Het literatuuroverzicht is opgenomen in bijlage 1 van dit rapport.

## DATABANK EN ONTWIKKELINGSSCHETS

Zoals beschreven in het *Plan van Aanpak* wordt per categoriale studie een algemene inhoudelijke schets over de ontwikkeling van het onderzochte bouwtype samengesteld, en worden de uit de vakbladen verkregen relevante tekstuele objectgegevens ingevoerd in de speciaal voor dat doel gebouwde digitale Wederopbouw Databank (WOP). In de databank wordt, naast identificatiegegevens, ook informatie opgenomen over onder andere ambachtslieden, bouwactiviteiten en -jaren, oorspronkelijke en huidige functie en eventuele monumentale kunstwerken. Ook worden in de databank de geraadpleegde bronnen vermeld, die in de meeste gevallen verwijzen naar de tijdschriftartikelen. Per categoriale studie zijn uit de eerder genoemde vakbladen de jaargangen 1940-1965 doorgenomen, waarbij voor onderhavig onderzoek alle artikelen over winkelcentra werden gekopieerd en op alfabetische volgorde van plaatsnaam zijn gebundeld in mappen. Het totaal aan de uit de tijdschriften verkregen en in de Wederopbouw Databank ingevoerde objecten vormt de zogenaamde groslijst. Hieruit is in nauwe samenwerking met de begeleidingscommissie een lijst van interessante winkelcentra samengesteld, met de nadrukkelijke aantekening dat verder onderzoek noodzakelijk is. Winkelcentra zijn dynamische objecten, die sinds hun oplevering doorgaans vaak zijn verbouwd en veranderd. Alleen veldwerk kan daarover uitsluitsel geven. Bovendien is destijds lang niet over alle interessante winkelcentra gepubliceerd, zodat aanvullend onderzoek nodig is om een meer volledig en actueel beeld te verkrijgen, bijvoorbeeld in archieven van architectenbureaus en bij ontwikkelaars, investeerders, grootwinkelbedrijven en gemeenten. Een nadere toelichting op de structuur, werking en inhoud van de databank is opgenomen in bijlage 5.

## (PRE-)SELECTIE

Tegen de achtergrond van de hierboven genoemde groslijst en de inhoudelijke schets over de ontwikkeling van het winkelcentrum in Nederland, zijn de landelijke selectiecriteria op basis van die voor het MIP/MSP (1850-1940) opnieuw geformuleerd en toegespitst op de naoorlogse winkelcentra (zie hoofdstuk 4 en bijlage 3). Samen met de begeleidingscommissie is aan de hand van deze selectiecriteria een preselectie van meest behoudenswaardige complexen gemaakt.

## VELDWERK

Mede op basis van de ervaringen uit de pilotstudies, is besloten voorlopig af te zien van het in het *Plan van Aanpak* beschreven onderdeel veldwerk, met name vanwege de thans beschikbare tijd. Actualisering van de preselectie door veldwerk kan op korte termijn achterhaald zijn en zal derhalve beter plaatsvinden kort voor het moment waarop de resultaten worden voorgelegd aan provincies, gemeenten en steunpunten. Wel is voor deze studie in december 2004 een paar winkelcentra in het veld bezocht, om de informatie uit de literatuur te toetsen aan de realiteit in situ. De inzichten van het bureauwerk zijn zo - in zeer beperkte mate - geconfronteerd met de huidige situatie. Daarbij is onder andere gelet op de veranderingen aan de gebouwen

en complexen sinds de oplevering (gaafheid), alsmede de stedenbouwkundige context, die vaak onderbelicht blijft in de literatuur.

#### RAPPORTAGE

In het *Plan van Aanpak* is vastgelegd dat in de laatste fase van het onderzoek alle resultaten worden samengebracht in een eindrapportage. De opzet, structuur en format van dit rapport is voor alle categoriale studies identiek en bestaat achtereenvolgens uit een methodische inleiding met afbakening van de onderzochte categorie, inleidingen over de ontwikkeling van het bouwtype voor en tijdens de wederopbouwperiode, een inventarisatie van objecten in een databank (groslijst) en een overzicht van meest behoudenswaardige gebouwen of complexen (preselectie).

De complete inventarisatie is te raadplegen in de digitale Wederopbouw Databank van de RDMZ en maakt in papieren vorm geen onderdeel uit van dit rapport. Wel is een lijst van de ingevoerde winkelcentra in bijlage 4 opgenomen. De voorgeselecteerde interessante winkelcentra zijn hier gemarkeerd. Deze lijst heeft nadrukkelijk géén juridische status. De preselectie is veeleer een overzicht van karakteristieke toonbeelden van winkelcentra uit de periode 1940-1965 op basis van parate kennis van onderzoekers en begeleiders, bureauonderzoek en beperkt veldwerk, en geldt als basis voor vervolgonderzoek, waardering en selectie. In samenwerking met decentrale instanties zal een en ander op termijn moeten leiden tot bijstelling en aanvulling van de hier in samenwerking met de begeleidingscommissie gemaakte preselectie en in de toekomst tot een selectie van potentiële rijksmonumenten.

---

## Hoofdstuk 2 Vooroorlogse ontwikkeling

---

### 2.1 OPKOMST VAN DE DETAILHANDEL

#### VAN WERKPLAATS TOT WINKEL

Tot het eind van de zeventiende eeuw vindt handel in goederen vooral plaats op markten en in markthallen. Daar worden verse waar als groenten, fruit, vleeswaren en vis verhandeld. Huisraad, gereedschap en kleding worden direct betrokken van ambachtslieden als koperslagers, pottenbakkers, mandenmakers en kleermakers. De verkoop vindt plaats daar waar de producten werden vervaardigd. De werkplaats van de ambachtslieden bestaat meestal uit één grote ruimte met luiken aan de straat. Ambachtslieden hebben vanouds de neiging om zich te vestigen op de plekken waar dagelijks of periodiek een groot aantal mensen samenkomen of passeren, zoals de omgeving van de kerk, de beurs, het stadhuis, de haven, bruggen of aan kruispunten van wegen. Zo vormen zich historisch gegroeide concentraties van handel en ambacht op centrale plaatsen in de steden. Aan het eind van de zeventiende eeuw verschijnen de eerste van glas voorziene puien en ontstaat een scheiding tussen de werkplaats en het voorhuis waar de klant werd ontvangen.

De eerste voorbeelden van moderne detailhandel zijn tegen het eind van de zeventiende eeuw in steden als Londen, Parijs en Amsterdam te vinden. Kenmerkend voor detailhandel is dat een tussenpersoon goederen aan de man brengt die door hem zelf in voorraad worden gehouden, maar niet door hem zelf zijn vervaardigd. Een belangrijke voorwaarde voor de groei van de detailhandel aan het begin van de negentiende eeuw vormt de vrijheid van beroep door het opheffen van het gildesysteem in 1798.<sup>1</sup> Dit betekent ook dat de ruimte waar de verkoop plaatsvindt, verandert. De detailhandelaar houdt een voorraad aan en heeft behoefte aan het uitstellen van goederen. Het zijn vooral modewinkels die als eerste goederen op voorraad houden.<sup>2</sup>

#### HET ONTSTAAN VAN WINKELSTRATEN

De industriële revolutie in de tweede helft van de negentiende eeuw heeft verstrekkende gevolgen voor de ontwikkeling van de detailhandel en de vestigingsplaats van winkels. Door de technische en economische vooruitgang kunnen gebruiksgoederen niet alleen in grotere aantallen worden geproduceerd, maar ook in meer variaties. Ook de afzetmogelijkheden van industrieel vervaardigde goederen neemt toe door de opkomst van nieuwe transportmiddelen. Door de toestroom van fabrieksarbeiders van het platteland neemt de urbanisatie een enorme vlucht. De nieuwe arbeiders worden gehuisvest in ongeplande en snel opgetrokken revolutiebouw die

---

<sup>1</sup> Kooijman, 1999, p. 33

<sup>2</sup> Kooijman, 1999, p. 35

zich veelal langs de bestaande uitvalswegen van de stad ontwikkeld. Nieuwe middenstanders vestigen zich daar waar de meeste klanten worden verwacht: aan de naar de binnenstad leidende wegen. Op deze manier ontstaan lange winkellinten tot ver in de buitenwijken met aanvankelijk alleen winkels voor de dagelijkse boodschappen. De verdergaande specialisatie van de detailhandel in de negentiende eeuw leidt ertoe dat winkelstraten in de binnensteden een meer gemengd karakter krijgen. Afzonderlijke straten met concentraties van gelijksoortige ambachten of winkels - een fenomeen dat ook in de naamgeving van straten tot uitdrukking kwam - verdwijnen (afbeelding 2.1).

AFBEELDING 2.1

HOOGSTRAAT ROTTERDAM

(1938)



De industriële revolutie betekent ook het ontstaan van een middenklasse. Door de sterke groei van de gegoede burgerij stijgt het aantal mensen dat zich luxe artikelen als servies, zilverwerk, behang, meubelen, sieraden en accessoires kan veroorloven. Er treedt een onderscheid op tussen eerste levensbehoeften en luxe artikelen, en daarmee ook een differentiatie in vestigingsplaats voor winkels. Het aantal winkels voor dagelijkse boodschappen in de oude binnensteden neemt af ten gunste van winkels voor duurzame en luxe goederen. Dit heeft ook gevolgen voor de maatschappelijke betekenis van inkopen doen. Doordat het publiek kan kiezen uit verschillende winkels met een wisselend aanbod in prijs en kwaliteit verandert het boodschappen doen. Het is de gegoede burgerij die onder invloed raakt van de mode en om op de hoogte te blijven van de steeds wisselende collecties van de modehuizen door winkelstraten en langs etalages flaneert. Het doen van aankopen wordt onderdeel van de vrijetijdsbesteding van de bourgeoisie en is sterk verbonden met een stedelijke cultuur.

Door de groei van het aanbod neemt ook de omvang van de winkels toe. Vooral in de grote steden treedt een schaalvergroting op waarbij panden worden samengevoegd en voorzien van brede winkelpuizen. In enkele gevallen leidde deze schaalvergroting tot de bouw van nieuwe, grote

winkelgebouwen en warenhuizen. Ook aan het interieur van de winkels wordt meer aandacht besteed. De producten worden op een aantrekkelijke manier aan de klant getoond in glazen vitrines en toonbanken. Nieuwe bouwkundige technieken als gevolg van de industriële revolutie maken het mogelijk grotere glasoppervlakken te vervaardigen, waardoor grote etalages gemaakt kunnen worden. Bestaande panden worden aan het eind van de negentiende eeuw steeds vaker aangepast aan nieuwe inzichten op het gebied van etalages en beletteringen. De traditionele gevelindeling met vensters en een deur maakt plaats voor een zo transparant mogelijke en toegankelijke pui. “Winkels veranderden in transparante uitstallkasten, bedoeld om voorbijgangers te prikkelen en naar binnen te lokken”<sup>3</sup>.

## 2.2 SCHAALVERGROTING EN CONCENTRATIE IN WINKELBOUW

### PASSAGES

De Franse hoofdstad Parijs is in de negentiende eeuw het grote voorbeeld voor de bourgeoisie op het gebied van mode, kunst en architectuur. Voor de verkoop van mode ontstaat in Parijs aan het begin van de negentiende eeuw de passage. De passage is ontwikkeld als een overdekte straat alleen toegankelijk voor voetgangers, met aan weerszijden doorlopende winkelfronten waar de groeiende middenklasse zich kon vergapen aan de nieuwste mode, voorzien van daglicht, vrij van weersinvloeden, verkeersoverlast en de viezigheid van de rommelige stadsstraten. In de typologie van de passage komen gelijktijdige ontwikkelingen bij elkaar: het saneren van verkrotte stadsdelen, het toepassen van nieuwe bouwmaterialen als staal en glas, de opkomst van particuliere bouwondernemingen, de steeds meer flanerende en modebewuste stedeling en nieuwe vormen van winkelinrichting. In navolging van de Parijse voorgangers worden in verschillende steden in Europa passages gebouwd. Een van de hoogtepunten is de Galleria Vittorio Emanuele II in Milaan uit 1867 van architect Giuseppe Mengoni, die veel breder en hoger is dan de Parijse voorbeelden.

De eerste overdekte winkelstraat in Nederland is de Haagsche Passage, die werd gebouwd tussen 1882 en 1885 naar ontwerp van J.C. van Wijk en H. Wesstra jr. De bouw van het complex werd gefinancierd door een Brusselse bank en uitgevoerd door de Belgische aannemer Mortiaux. Om de bouwkosten te drukken werd het eerste ontwerp aangepast door de eveneens Belgische architect H. Rieck (afbeelding 2.2).<sup>4</sup> De typologie van de passage is in Nederland slechts mondjesmaat toegepast. Rotterdam kende de Beurspassage gebouwd in 1878 en verwoest op 14 mei 1940. In Amsterdam werd in 1884 een verbinding gemaakt tussen de Frederik Hendrikkade en de Nieuwendijk. Minder bekend is de nog steeds functionerende passage in



AFBEELDING 2.2  
DE HAAGSE PASSAGE

<sup>3</sup> Meurs, 2000, p. 327-329

<sup>4</sup> Kooijman, 1999, p. 50

Schiedam.<sup>5</sup> Deze werd als late exponent van het bouwtype pas in de jaren twintig gebouwd in een Art-décostijl naar ontwerp van de Schiedamse architect Sanders. De Schiedamse variant heeft net als de Haagse Passage een markant toegangsgebouw, maar dan voorzien van expressieve, gemetselde torens en langgerekte lantaarns die de verticaliteit benadrukken.

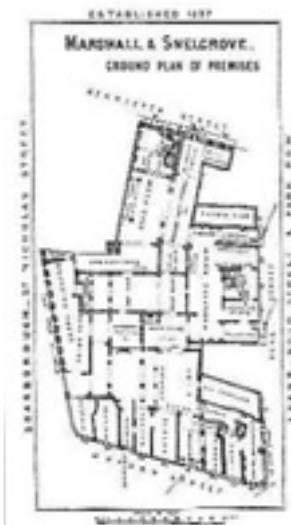
### WARENHUIZEN

Een tweede ontwikkeling op het gebied van winkelgebouwen, die in de tweede helft van de negentiende eeuw uit Frankrijk komt overwaaien, is het warenhuis. Net als de passage is het type ontstaan in een periode van hoogconjunctuur en de opkomst van de confectie-industrie, die leidt tot het op voorraad houden van massa-artikelen. De winkel was de omhulling van die voorraad. De meeste warenhuizen zijn met textiel en kleding begonnen en zijn daarna andere artikelen gaan verkopen.<sup>6</sup>

Met het warenhuis doen het grootwinkelbedrijf en het filiaalbedrijf hun intrede, waarmee ook een andere bedrijfsvoering wordt geïntroduceerd. Het Parijse warenhuis Au Bon Marché in Parijs voert belangrijke innovaties door: vrije toegang, vaste prijzen, contante betaling en de mogelijkheid tot ruilen. In 1872 realiseert Au Bon Marché als eerste een als warenhuis ontworpen gebouw aan de Rue de Sèvres.<sup>7</sup>

Vrije toegang betekent dat de beoogde klant verleid moet worden om binnen te komen. Om dit te bereiken worden middelen als een wervend gebouw, grote etalages en reclame ingezet. De architectuur van het gebouw gaat een rol spelen, waarbij het exterieur zoveel mogelijk consumenten aan moet trekken en het interieur erop gericht is de mensen zo lang mogelijk binnen te houden. De vroege warenhuizen in Parijs hebben grote etalages langs de straat en opvallende elementen als torens en koepels die refereren aan beroemde publieke gebouwen uit die tijd die de maatschappelijke betekenis versterken en een zekere deftigheid uitstralen. Zo ontstaan nieuwe semi-openbare plekken die bijna uitsluitend voor vrouwen uit de middenklasse zijn bestemd. Het winkelen wordt een sociale gebeurtenis in een atmosfeer van zien en gezien worden.

De moderne bedrijfsvoering van de Franse warenhuizen is ook het voorbeeld voor de Nederlandse winkelbedrijven die aan het eind van de negentiende eeuw ontstaan. Het eerste als warenhuis ontworpen gebouw wordt door Vroom & Dreesmann geopend in 1912 in Amsterdam. De Bijenkorf volgt in 1914. Beide concerns bestaan al sinds de jaren tachtig van de negentiende eeuw, maar zijn tot die tijd gehuisvest in bestaande panden die zich steeds verder uitbreidden. “Het aankopen van verschillende panden resulteerde in een hybride gebouw met een grillige plattegrond”<sup>8</sup>. Met de groei van de panden groeit ook het assortiment (afbeelding 2.3).



AFBEELDING 2.3  
PLATTEGROND WARENHUIS  
MARSHALL EN SHELLMAN

<sup>5</sup> Aanvankelijk functioneerde de passage in Schiedam slecht, maar aan het eind van de jaren negentig van de twintigste eeuw werd deze onderdeel van een nieuw winkelcentrum en functioneert de passage als een belangrijke entree voor het nieuwe centrum

<sup>6</sup> Kooijman, 1999, p. 57

<sup>7</sup> Kooijman, 1999, p. 58

<sup>8</sup> Kooijman, 1999, p. 61

In tegenstelling tot de vroege Franse warenhuizen zijn de Nederlandse warenhuizen veel terughoudender in architectuur en uitstraling. Een groot deel van de oprichters van kledingmagazijnen en warenhuizen in ons land is afkomstig uit Duitsland. Het ontwerp van de Bijenkorf, ontworpen door J.A. van Straaten jr., is sterk geïnspireerd op voorbeelden in Duitsland. Vorm en architectuur zijn imposant, maar staan geheel in het teken van de commerciële belangen. De architectuur zou de aandacht niet te veel mogen afleiden van de uitgestalde waren. De opzet van het warenhuis is meestal gericht op verschil in omzetsnelheid. Op de begane grond bevinden zich de artikelen met de hoogste frequentie. Op de hogere verdiepingen verkoopt men meer volumineuze artikelen als meubilair en tapijten. Het restaurant is stevast op de bovenste verdieping gehuisvest.

Na het filiaal in Amsterdam opent de Bijenkorf in 1926 haar filiaal in Den Haag. Dit ontwerp van architect P. Kramer wordt bij de opening het 'Paleis der levensvreugde' genoemd. Het is één groot kunstwerk. Brons, marmer en kostbare houtsoorten zijn erin verwerkt, en tientallen kunstenaars hebben met beeldhouwwerk en gebrandschilderd glas het geheel verfraaid. De pracht van de inrichting, de glas-in-loodramen en het gepolitoerde houtsnijwerk doen denken aan een luxe oceaanシップ. De Haagse Bijenkorf krijgt de eerste roltrappen in Nederland. Ze zijn slechts zestig centimeter breed en voeren alleen omhoog tot de tweede etage. Door de afgeronde hoek heeft het gebouw van buiten iets van een opdoemend schip.

De associatie met een oceaanstomer roept ook het in 1930 geopende Rotterdamse filiaal op. Het gebouw ziet er met zijn horizontale glazen gevels functioneler uit dan het wellicht is. Bij de inrichting van een warenhuis bieden vensters meer nadelen dan voordelen. Daglicht geeft weliswaar openheid en helderheid, maar door het wispelturige karakter ontstaat een omgeving die niet constant dezelfde is. "Licht en lichtend heeft de ontwerper zich het warenhuis gedacht: licht van binnen en, tegen den schemer, lichtend naar buiten". Zo schrijft architect W.M. Dudok over zijn creatie.<sup>9</sup> Het gebouw wordt uitgerust met opzienbarende nieuwigheden: supersnelle liften, een geavanceerde luchtverversingsinstallatie en trillende matten bij de ingang, waar het vuil elektrisch van de schoenen van bezoekers wordt geschud en ondergronds wordt afgevoerd (afbeelding 2.4).



AFBEELDING 2.4  
DE BIJENKORF ROTTERDAM

De lighthof, het terugkerende element in alle vooroorlogse warenhuizen van de Bijenkorf, verdwijnt na de Tweede Wereldoorlog uit beeld. Door de introductie van neonverlichting kan een gelijkmatige en gecontroleerde verlichting worden bereikt en wordt daglicht gezien als hinderlijk tegenlicht. De naoorlogse warenhuizen die in opdracht van Vroom & Dreesmann, Hema en De Bijenkorf worden gebouwd, kenmerken zich door gesloten gevels met alleen op de begane grond zoveel mogelijk transparantie. Architecten die zich met warenhuisbouw bezighouden doen vlak na de Tweede Wereldoorlog inspiratie op in de Verenigde Staten. Het daar ontwikkelde type is van grote invloed op de technische en programmatische aanpak van de naoorlogse winkels. Flexibiliteit is het sleutelwoord voor het moderne grootwinkelbedrijf. De kolommen van de betonconstructie worden zover mogelijk uit

<sup>9</sup> Ongedateerd citaat op [www.bijenkorf.nl](http://www.bijenkorf.nl)

elkaar geplaatst en de roltrappen vormen het hart van het warenhuis. Architect J.H. van den Broek, die in 1948 winkels en warenhuizen in de Verenigde Staten bezoekt, roemt de dynamiek van duidelijk zichtbare op en neergaande bezoekers die roltrappen met zich meebrengen.<sup>10</sup> De gevel van het naoorlogse warenhuis heeft een horizontale geleding die beter aansluit bij de dynamiek van verkeer en de moderne uitgangspunten van de naoorlogse stedenbouw.

Het Rotterdamse filiaal van Vroom & Dreesmann aan de Hoogstraat uit 1950, een ontwerp van de gebroeders E.H. en H.M. Kraaijvanger, stond model voor een hele generatie naoorlogse warenhuizen. Ook de Kraaijvangers hebben zich laten inspireren door voorbeelden in Amerika, maar zijn ook in staat geweest een eigen uitvinding aan het Amerikaanse concept toe te voegen. Zij bedachten een plafondsysteem dat het mogelijk maakt om zonder bouwkundige ingrepen kabels, leidingen en verlichtingsarmaturen te verplaatsen. De oplossing bestond uit een opengewerkt plafond dat als een raster onder de verdiepingvloeren werd gehangen. Boven het rooster werden alle technische voorzieningen aangebracht en in een matte, donkerblauwe kleur geschilderd waardoor ze een donkere achtergrond vormen. Dit plafond vond in heel Europa navolging en is bekend als de *Rotterdam Ceiling* (afbeelding 2.5).<sup>11</sup>

AFBEELDING 2.5  
VROOM & DREESMAN AAN DE  
HOOGSTRAAT, ROTTERDAM



### WINKELGALERIJEN

Een in Nederland vrij zeldzaam verschijnsel is de winkelgalerij die zijn oorsprong vindt in Italië in de vijftiende eeuw. De toepassing van een galerij of colonnade aan de straatzijde van een gebouw komt niet zozeer voort uit de behoefte aan overdekt winkelen, maar uit het streven naar schoonheid in de openbare ruimte. Beroemde voorbeelden van door galerijen omsloten

<sup>10</sup> Broek, 1948, p. 259-260

<sup>11</sup> Galema, 2000, p. 32

ruimten zijn het San Marcoplein in Venetië en de Place des Vosges in Parijs. De doorgaande reeks galerijen langs de Rue de Rivoli in Parijs werden aan het begin van de negentiende eeuw gerealiseerd in opdracht van Napoleon Bonaparte. Met het idee de achterliggende stad af te schermen van het Louvre en de Jardin des Tuileries, creëert hij een overdekte flaneerroute voor de bourgeoisie. De Rue de Rivoli is de eerste met winkels ontworpen galerij (afbeelding 2.6).

De in Nederland voorkomende galerijen zijn met andere motieven tot stand gekomen. De reden voor de aanleg van de oudste ontworpen winkelgalerij, de Raadhuisstraat in Amsterdam, was het maken van een verbinding haaks op de grachtengordel tussen de Dam en de in 1889 gedempte Rozengracht. De gemeente werkte met particuliere ondernemers samen aan de onteigening van de grond. Door een strook van 18 meter breed ter weerszijden van de geprojecteerde straat te onteigenen, werd ruimte geboden voor nieuwbouw die extra inkomsten genereerde. De zuidkant van de Raadhuisstraat werd tussen 1896 en 1898 uitgevoerd aan de hand van een ontwerp van A.L. van Gendt. Op de begane grond werden winkels geplaatst, een in die tijd gebruikelijke functie voor de radiaalstraten. Omwille van de integratie van de Raadhuisstraat in het stadsbeeld werd het trottoir voor de winkels overkapt. De afstand tussen de gevels werd hierdoor optisch vernauwd.<sup>12</sup> Een tweede voorbeeld van een winkelgalerij bevindt zich in Groningen. Aan de Brugstraat zijn in 1909 panden afgebroken om plaats te maken voor een reeks van zeven aaneengesloten panden met winkels met bovenwoningen. De winkels op de begane grond zijn tweeënhalve meter teruggelegd om voetgangers ruimte te bieden in de ter plaatse zeer smalle Brugstraat. De galerij wordt gevormd door veertien granieten zuilen die de bovenliggende verdiepingen ondersteunen. De Groningse architect P.M.A. Huurman tekende voor het ontwerp in de stijl van de Art Nouveau.<sup>13</sup>



AFBEELDING 2.6

RUE DE RIVOLI PARIJS

## 2.3 STEDENBOUW EN WINKELPLANNING

### DECENTRALISATIE EN SUBURBANISATIE

De introductie van verschillende typologieën op het gebied van winkelbouw als de passage, het warenhuis en de winkelgalerij, leidt in Nederland niet meteen tot een hausse in de bouw van nieuwe winkels. De opgave bestaat tot de Tweede Wereldoorlog vooral uit het aanpassen van bestaande winkels en de bouw van slechts een enkel warenhuis. Door de schaalvergroting van de bestaande winkelvoorraad en de verschuiving van het aanbod naar meer luxeartikelen verdwijnt een groot aantal winkels voor de eerste levensbehoeften uit de binnensteden. In de jaren twintig en dertig van de twintigste eeuw decentraliseert de detailhandel zich sterk. In de Kalverstraat in Amsterdam behoorde 74 % van de winkels in 1900 al tot de groep van duurzame artikelen. In 1930 was dit gestegen tot 87%.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> Meurs, 2000, p. 291-295

<sup>13</sup> Hekkema, Overbeek, 1988

<sup>14</sup> In 1970 was dat 93%, zie: *De winkelvoorziening in de ruimtelijke ordening*, 1971

De bouw van villawijken, tuindorpen en voorsteden aan het begin van de twintigste eeuw heeft geleid tot suburbanisatie. Het is vooral de groeiende middenklasse die zijn toevlucht neemt in de nieuwe, aantrekkelijker vormgegeven woongebieden en buitenwijken. Deze ontwikkeling wordt mede mogelijk door de opkomst van de elektrische tram, de omnibus en later de automobiel. Met de groei van de steden werd de afstand tot het centrum groter en werd het voor de bewoner van de buitenwijk steeds bezwaarlijker om voor de dagelijkse boodschappen naar het stadscentrum te reizen. In de nieuwe wijken ontstaan buurtverzorgende winkelconcentraties, zodat de consument artikelen als brood, vlees, groente, zuivel en kruidenierswaren altijd in de onmiddellijke omgeving van zijn woning kopen. De buurtwinkels bevinden zich vaak op hoeken van bouwblokken of zelfs tussen de woningen.

Voor veel consumenten blijkt dit niet voldoende. Er ontstaat een ongebreidelde toename van winkels gericht op de verkoop van vis, dranken, banket en chocolaterie, drogisterijartikelen, textiel, schoenen en huishoudelijke artikelen. Het gevolg is dat op min of meer centraal ten opzichte van een aantal buurten gelegen punten uiteenlopende winkelconcentraties verschijnen in zeer gevarieerde ruimtelijke vormen: aan een kruising van hoofdverkeerswegen, een centraal plein of in aansluiting op reeds bestaande lintbebouwing langs de toegangswegen naar het centrum. In deze subcentra worden vooral artikelen verkocht die slechts periodiek en met veel overleg worden aangeschaft. Het aanbod breidt zich uit naar winkels met verschillende prijscategorieën en voor meer culturele goederen zoals sieraden en juwelen, kunst en antiek, boeken, muziekinstrumenten en sportartikelen. Door de aanloop van klanten uit een grotere omtrek dan de omliggende buurten worden deze winkelconcentraties vaak vergezeld door één of meerdere cafés en restaurants, een lunchroom, een Cineac of een bioscoop, vaak ook bereikbaar met het openbaar vervoer.

### **ORDENEN VAN FUNCTIES**

De onstuimige groei van winkels in de eerste decennia van de twintigste eeuw is niet verwonderlijk. Vanuit het vakgebied van de ruimtelijke ordening werd nauwelijks aandacht besteed aan een zorgvuldige winkelplanning. Sinds de invoering van de Woningwet in 1901 zijn steden in Nederland verplicht uitbreidingsplannen te ontwikkelen die de groei van de steden in banen zou leiden. In bestemmingsplannen voor nieuwe wijken wordt ruimte voor winkels bestemd op basis van het aantal toekomstige huishoudens. Kennis op het gebied van bestedingspatronen en verschillen tussen inkomensgroepen is op dat moment niet voorhanden. Ook de maatschappelijke betekenis van het winkelen als ontmoetingsplek in een buurt, wordt door stedenbouwkundigen nog niet gezien. Dit betekent dat over de situering van winkels nauwelijks uitspraken worden gedaan. Ook de invloed van ondernemers op het ontstaan van winkelgebieden is te verwaarlozen. Het vak van de stedenbouwkundige en de winkelier vormen twee gescheiden werelden.

Hierin komt met de opkomst van de moderne stedenbouw langzaam verandering. In de verklaring van de CIAM, die in 1928 wordt opgericht, wordt ten aanzien van de stadsontwikkeling gezegd dat deze primair de drie

functies wonen, werken en verpozen dient te ordenen. De middelen hiervoor zijn verdeling van de grond, de organisatie van het verkeer en de wetgeving. In 1933 volgt een CIAM-congres over de functionele stad. De Amsterdamse stedenbouwkundige C. van Eesteren is van 1930 tot 1937 voorzitter van de CIAM en nauw betrokken bij de organisatie van het congres. Hij past de grondslagen van de CIAM voor het eerst in Nederland toe met het Algemeen Uitbreidingsplan (AUP) van Amsterdam uit 1934. Geheel volgens de principes van de functionele stad krijgen de voornaamste stedelijke functies een eigen plek toebedeeld op basis van een vooraf berekende ruimtebehoefte, die aan de hand van *surveys* worden bepaald. Winkelen wordt niet gezien als aparte functie, maar als onderdeel van het wonen. Voor de inrichting van de woongebieden doet het AUP vooral uitspraken over de positie van woningen ten opzichte van de bezonning, het openbaar groen en de verkeerswegen. In de westelijke tuinsteden, die op basis van het AUP worden aangelegd, zijn de winkels voor een groot deel gesitueerd aan de hoofdwegen die de nieuwe wijken met de oude stad verbinden. Volgens Van Eesteren om ervoor te zorgen dat de nieuwe bewoners binding houden met de oude stad. Een ruimtelijk concept van winkelcomplexen die ontworpen zijn als zelfstandig functionerende eenheden bestaat op dat moment nog niet. “Pas na de Tweede Wereldoorlog kwam hierin wezenlijk verandering. Sindsdien werd namelijk – met name bij het ontwerpen en vaststellen van stedenbouwkundige plannen – steeds meer aandacht besteed aan een weloverwogen situering, proportionering en spatiëring van de (geprojecteerde) winkelvoorzieningen”<sup>15</sup>.

## 2.4 ONTWIKKELINGEN IN DE VERENIGDE STATEN

Anders dan in Europa komt de bouw van winkelcentra als zelfstandige ruimtelijke eenheid in de Verenigde Staten al vroeg op gang. De evolutie van het winkelcentrum is van het begin onlosmakelijk verbonden met de opkomst van de automobiel. De eerste ‘shopping centres’ zijn niet gebouwd op initiatief van de overheid, als noodzakelijk onderdeel van de volkswoningbouw, maar door particuliere beleggers als onmisbaar ingrediënt voor een succesvolle suburbane woongemeenschap. In de literatuur over Amerikaanse winkelcentra wordt het winkelcentrum in Roland Park in Baltimore als eerste winkelcentrum beschouwd.<sup>16</sup> In 1907 brengt Edward H. Bouton, president van de Roland Park Company, een aantal grote kruidenierswinkels samen in één architectonische eenheid. Het gebouw is terugliggend gesitueerd in de straat en heeft een eigen parkeerterrein voor klanten, hoewel paard en wagen ook nog terecht kunnen. Bouton was de ontwikkelaar van Roland Park, een prestigieuze woongemeenschap voor de Amerikaanse middenklasse. Tot in de vroege jaren twintig worden winkelcentra geassocieerd met hoge kwaliteit woongebieden.

Pionier in de ontwikkeling van het Amerikaanse winkelcentrum is ontwikkelaar J.C. Nichols, die vanaf de bouw in 1923 steeds nieuwe elementen heeft



AFBEELDING 2.7  
COUNTRY CLUB PLAZA KANSAS  
CITY

<sup>15</sup> Idem als verwijzing 14, p. 66

<sup>16</sup> Urban Land Institute, 1985

toegevoegd aan zijn Country Club Plaza in Kansas City (afbeelding 2.7). Dit winkelcentrum richt zich voor een groot deel op de automobilist. In 1928 wordt hier voor het eerst een parkeergarage bij een winkelcentrum gebouwd. Voor de architectuur laat Nichols zich inspireren door historische en culturele gebouwen. Als *eyecatcher* bouwt hij een verkleinde kopie van de Sevilliaanse Giraldatoren.

In Dallas wordt in 1931 het eerste winkelcentrum gebouwd waarin de winkels naar binnen georiënteerd zijn, afgekeerd van de omringende straten. Het Highland Park Shopping Village kan worden beschouwd als het prototype voor het hedendaagse, geplande winkelcentrum in Amerika. Het voldoet aan de belangrijkste voorwaarden volgens de Amerikaanse handboeken: het gebied wordt niet doorkruist door straten, de individuele winkels zijn samengebracht in één beeld, het is gebouwd en wordt geëxploiteerd door één bedrijf of eigenaar en parkeren geschiedt op eigen terrein. Op basis van deze principes evolueert het Amerikaanse winkelcentrum zich tot wat we nu kennen als de *shopping mall*. Zo wordt in het ontwerp van Farmers' Market in Los Angeles uit 1934 al het autoverkeer uit het winkelgebied geweerd. Alleen voetgangers hebben er toegang. In 1937 wordt River Oaks in Houston geopend; het eerste winkelcentrum met door kolommen gedragen luifels langs het gehele winkelfront. Northgate in Seattle is in 1950 het eerste winkelcentrum dat een volledig warenhuis als attractie heeft. Een expeditie-tunnel onder het voetgangersgebied verbindt het warenhuis met het magazijn en een speciaal uitgiftepunt waar de klant zijn aangekochte waar in zijn auto kan laden. Dit soort experimenten laat zien dat de invloed van de automobiel op de stedenbouw in Amerika op dat moment vooruit loopt op de ontwikkelingen in Europa. In de jaren vijftig worden elementen uit de vroege Amerikaanse winkelcentra, zoals de autovrije winkelstraten, ruime parkeermogelijkheden, een gescheiden goederenaanvoer en de eenheid in architectuur, toegepast in de Nederlandse situatie. Voor het ontstaan van het naoorlogse winkelcentrum zijn niet alleen Amerikaanse invloeden van belang, maar zijn ook ontwikkelingen in eigen land bepalend geweest.

## 2.5 NOODWINKELS - GEVOLGEN VAN DE OORLOGSSCHADE

Het uitbreken van de Tweede Wereldoorlog gaat gepaard met zware bombardementen op de stad Rotterdam. De gevolgen van het bombardement op 14 mei 1940 blijven niet beperkt tot het verwoeste stadshart. Het dwingt Nederland tot capitulatie en Rotterdam tot bezinning op de consequenties van de geleden schade.<sup>17</sup> De omvang van de verwoesting is enorm. Het hele historisch gegroeide stadscentrum is zwaar beschadigd of met de grond gelijk gemaakt. In een gebied van 258 hectare gaan 11.000 panden verloren met ruim 25.000 woningen, 17 procent van het totale woningaanbod van voor de ramp. Van de 11.000 panden zijn ruim 6.000 panden in gebruik voor handel, nijverheid en industrie, waarvan 1.500 als winkel dienst doen.

---

<sup>17</sup> Andela, Wagenaar, 1995, p. 21

Daags na het bombardement wordt ten huize van K.P. van de Mandele, voorzitter van de Kamer van Koophandel, de Stichting Rotterdam 1940 opgericht, met als oogmerk “het herstel van den gemeente Rotterdam, zulks in het bijzonder op commercieel gebied”<sup>18</sup>. De stichting was een van de vele organisaties die worden opgericht om de eerste nood te lenigen. Dankzij deze stichting zijn binnen een half jaar na het bombardement aan de rand van het verdwenen stadshart verschillende noodwinkels gerealiseerd. Binnen het verwoeste gebied mocht niet worden gebouwd op plekken die in het herbouwplan een nieuwe bestemming zouden krijgen. De gemeente is actief betrokken bij de bouw van de noodwinkels en geeft in 1940 opdracht aan het Centraal Bureau der Rotterdamse architecten voor de bouw van 250 kleine noodwinkels en 75 grotere noodgebouwen.

De eerste noodwinkelstraat is de postkantoorgalerij op de Coolsingel die op 4 oktober 1940 wordt geopend. Dit is het enige noodwinkelcomplex dat wél in de verwoeste binnenstad wordt gerealiseerd. In totaal twintig winkels zijn op het trottoir voor het postkantoor in twee op elkaar georiënteerde stroken ondergebracht, waardoor een gebied is ontstaan dat alleen voor voetgangers bereikbaar is. De grootste door de overheid opgezette noodwinkelstraat ligt aan de Goudsesingel dat in 1941 132 winkels en vier cafés telt. De straat is echter geen succes door het geringe aanbod en de slechte situering. De stroken ter weerszijden van de brede Goudsesingel zijn naar het noorden en niet op elkaar georiënteerd (afbeelding 2.8).

De meer welvarende middenstanders bouwen op eigen kracht noodwinkels op daarvoor bestemde gronden aan de westkant van het verwoeste stadshart: Dijkzigt en Blijdorp. Het complex Blijdorp bestaat uit drie gedeelten: de Jongkindstraat, de Mathenesserlaan en de Nieuwe Binnenweg. Aan de Jongkindstraat vestigen zich negen ondernemers die zich hadden verenigd in de winkeliersvereniging Noordblaak. Aan de bouw van de Noordblaak, die slechts negen weken in beslag neemt, werken verschillende architecten als W. van Tijen, H.A. Maaskant en S. van Ravesteyn.



AFBEELDING 2.8  
NOODWINKELS AAN DE  
COOLSINGEL ROTTERDAM



AFBEELDING 2.9  
NOODWINKELCOMPLEX  
DIJKZIGT ROTTERDAM

<sup>18</sup> Teychiné Stakenburg, 1979, p. 128-129

De noodwinkels aan de westkant van de stad behoorden tot de meest florerende en “vonden een onderkomen in sierlijk vormgegeven, meest lichte en feestelijk gedecoreerde panden waar het optimisme vanaf straalde”<sup>19</sup>. Dit goede functioneren heeft te maken met het feit dat deze gebieden aansluiten op van oudsher succesvolle winkellinten als de Kruiskade en de Nieuwe Binnenweg (afbeelding 2.9).

De kennis en ervaring die in de eerste oorlogsjaren met de bouw van tijdelijke winkelcomplexen wordt opgedaan, komt na de bevrijding van pas bij de ontwikkeling van een permanent winkelcentrum in de binnenstad van Rotterdam. Met name het bundelen van krachten, de concentratie van winkels, het loskoppelen van andere functies en het creëren van een voetgangersgebied zijn cruciaal geweest voor de totstandkoming van de na de oorlog ontwikkelde Lijnbaan. “De bouw van de semi-permanente centra kon dan ook gelden als een generale repetitie voor de definitieve wederopstanding van de stad, die niet lang op zich zou laten wachten”<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> Bleij, Halbertsma, Rotterdam 1994, p. 25

<sup>20</sup> Bleij, Halbertsma, Rotterdam 1994, p. 25

---

## Hoofdstuk 3 Naoorlogse ontwikkeling

---

### 3.1 IDEOLOGISCHE EN SOCIAAL-MAATSCHAPPELIJKE ACHTERGRONDEN

In de loop van de jaren vijftig was de ergste naoorlogse nood gelenigd. De grootste verwoestingen waren hersteld, mensen hadden weer het normale leven opgepakt. De bevolking groeide rond 1960 met gemiddeld 150.000 inwoners per jaar; dat was het equivalent van een stad zo groot als Groningen of Haarlem. De inwoners van Nederland vestigden zich steeds minder vaak in de binnensteden, maar verhuisden massaal naar buitenwijken. Tussen 1959 en 1962 nam de totale Haagse bevolking met 600 inwoners af, maar in nieuwe buitenwijken van de stad vestigden zich in die jaren 29.000 mensen. In de periode 1935-1962 verdubbelde de bebouwde oppervlakte van Amsterdam, maar nam de bevolking van de stad slechts toe met 8 procent. Met een nationale bouwproductie van 90.000 woningen per jaar rond 1960 verhuisden evenzoveel huishoudens, meestal naar wijken op grotere afstand van het stadscentrum. Voor de detailhandel betekende dit dat de klantenkring zich nog sneller en massaler dan voor de oorlog verplaatste.

Die trek naar de buitenwijken was mede mogelijk door een toename van de automobilititeit. Hoewel Nederlanders veel bleven lopen en fietsen en ook het openbaar vervoer goed werd gebruikt, viel de gestage toename van bromfietsen en auto's op. Het autobezit in Nederland liep in 1962 nog achter bij dat in andere landen (in de VS had 1:2,5 huishoudens een auto, in Parijs was dat 1:6, in Nederland 1:15), maar de consument werd mobiel genoeg om zich over grotere afstanden te verplaatsen om inkopen te doen.<sup>21</sup> Daarmee groeide het belang van de verbetering van het wegennet en van afdoende parkeergelegenheid. Met argusogen keek men naar Amerika, waar de mensen in de ogen van de Nederlanders ongeveer vergroeid waren met hun auto: "No parking, no business geldt daar thans als de hoogste wijsheid, zelfs voor kerken. Verder dan 200 meter lopen van winkel naar parkeerplaats doet de Amerikaan stellig niet meer..."<sup>22</sup>

Nederlanders kregen steeds meer te besteden, het gemiddelde inkomen per huishouden steeg. Dat geld werd niet alleen uitgegeven aan 'hogere vormen van welvaart' zoals wonen, vervoer, onderwijs, gezondheid en recreatie maar ook aan de dagelijkse levensbehoeften. Meer dan de helft van het inkomen werd besteed in de detailhandel. De verlaging van de prijzen die de winkels in de jaren vijftig doorvoerden, de algemene verbetering van de economische situatie en het kleinere gemiddelde huishouden zorgden er ook voor dat de consumptie toenam.

---

<sup>21</sup> Bovenstaande cijfers afkomstig uit: Luijckx, 1963, p. 14; 'Belgische...', 1962, p. 799

<sup>22</sup> 'Problemen van stadsuitbreiding en winkelvoorziening ...', 1961, p. 727

De koopgewoonten veranderden. In plaats van altijd op dezelfde vertrouwde plek inkopen te doen en zich door de winkelier te laten voorlichten, wilde de consument meer keuzemogelijkheid om producten en prijzen te kunnen vergelijken. Winkels richtten grote etalages in om producten aan te prijzen omdat het verkooppraatje in de winkel verdween. Nederlanders kochten – in navolging van de Amerikanen – meer spullen en het Nederlandse menu werd gevarieerder. Er was ook veel meer keus in de winkels: zo'n veertig procent van de producten die begin jaren zestig te koop waren, bestond twintig jaar daarvoor nog niet. Het werd steeds lastiger voor de consument om de verhouding tussen de kwaliteit en de prijs te beoordelen. In 1953 richtten de heren B. Buitendijk, J. van Benthem en A. Thorenaar daarom de Consumentenbond op, en dat jaar verscheen tevens de eerste *Consumentengids*.<sup>23</sup> De oprichters wilden namens consumenten als organisatie optreden tegen machtige fabrikanten en leveranciers.

Deskundigen maakten (onder invloed van Amerikaanse publicaties) onderscheid tussen de dagelijkse boodschappen ofwel 'convenience good' en de luxe goederen ofwel 'shopping goods' waarvoor men ging winkelen. Het winkelen als recreatieve activiteit kwam in Nederland op aan het begin van de jaren vijftig. Was bij het boodschappen doen de bereikbaarheid en nabijheid van de winkel belangrijk; bij het winkelen speelden andere factoren een grote rol, zoals de keuzemogelijkheid en de belevenis. In Engeland werd gesproken van een 'pleasure trend', die ook in Nederland in opkomst was: "Het onbedwingbaar verlangen van de massamens naar sociaal contact, naar vermaak en geroezemoes...."<sup>24</sup>

### INVLOEDEN UIT HET BUITENLAND

Bij het denken over de ontwikkeling van winkelcentra was de invloed uit het buitenland groot. Waren Franse en Italiaanse voorbeelden in het verleden van belang, nu dienden Scandinavische landen als voorbeeld; veel architecten en stedenbouwkundigen reisden naar Denemarken en Zweden. Maar zowel in Scandinavië als in Nederland keek men vooral naar de ontwikkelingen in Amerika op dit gebied. Winkeliers, ambtenaren, economen, planologen en architecten gingen op excursie naar Amerikaanse steden. Zo reisden leden van de Overheidsadviescommissie voor de Harmonische Ontwikkeling van de Detailhandel in 1961 naar Dayton, waar zij het 'International Seminar on Modern Merchandizing Methods' bijwoonden. Daarna maakten ze een rondreis langs Detroit, Washington en New York. Ze bezochten winkelcentra, architectenbureaus, federale en gemeentelijke expertisecentra en adviesbureaus.

De ontwikkeling van de Amerikaanse winkelcentra werd deels als waarschuwing, deels als voorbeeld opgevat. De waarschuwing was dat Amerikaanse winkelcentra de binnenstedelijke winkelgebieden vervingen in plaats van daar een aanvulling op te zijn. De ontwikkelingen waren in Amerika snel gegaan: van 75 winkelcentra in 1949 naar 4.500 in 1960 en 10.000 in 1965.<sup>25</sup>

<sup>23</sup> Website van de Consumentenbond, [www.consumentenbond.nl](http://www.consumentenbond.nl). De bond begon met 141 leden

<sup>24</sup> 'Studiedag ...', 1962, p. 945; 'Belgische ...', 1962, p. 800

Voor de investeerders en projectontwikkelaars telde alleen het commerciële succes van het centrum, dus was de concurrentie tussen verschillende winkelgebieden soms moordend.

De enorme vlucht van de suburbanisatie van de Amerikaanse steden was ook landschapsarchitect J.T.P. Bijhouwer opgevallen, die begin jaren vijftig verschillende winkelcentra in de Verenigde Staten bezocht. Naar aanleiding van zijn reis waarschuwde hij dat ook in Nederland een duidelijker scheiding van de stad zou ontstaan in een compact centrum en een diffuse woonzone van grote afmetingen. De auto maakte het in Amerika mogelijk in korte tijd afstanden van 30 tot 50 kilometer te overbruggen. Alles was daarom gericht op de autobereikbaarheid. Om de grote stroom auto's in goede banen te leiden ontstond rond de steden een systeem van parkways en highways. Deze zorgden ook voor een spreiding van economie en handel, waardoor het stadscentrum niet meer de vanzelfsprekende vestigingsplaats was voor winkels en warenhuizen. Bijhouwer voorspelde in 1953 een vergelijkbare ontwikkeling in Nederland, waar grootgrutters als Albert Heijn en De Gruyter het Amerikaanse voorbeeld spoedig zouden volgen en nieuwe filialen zouden openen op knooppunten van wegen buiten het stadscentrum.<sup>26</sup>

Een regulerend beleid op een wat grotere schaal ontbrak in het grootste deel van Amerika tot in de jaren zestig. Toen duidelijk werd dat de bouw van talloze winkelcentra in buitenwijken leidde tot aftakeling en verwaarlozing van de oude stadscentra, was het te laat. Over Dayton schreef de Nederlandse adviescommissie: "De binnenstad ligt erbij als na een bombardement; het puin is opgeruimd maar er is nog niets herbouwd. Men vindt er nergens een ontmoetingspunt, niemand gaat er meer heen"<sup>27</sup>. De angst dat het in Nederland ook zo zou gaan, leidde tot grote oplettendheid bij alle betrokken partijen. Niet alleen overheidsinstanties wilden een dergelijke situatie voorkomen, ook de grootwinkelbedrijven waren bang dat hun filialen in de binnensteden bedreigd zouden worden door te grote en succesvolle winkelcentra buiten de stad. Het Amerikaanse shopping-centre had, volgens de redactie van *Bouw* in 1962 "een aard die per se niet in onze Nederlandse verhoudingen past"<sup>28</sup>.

Er waren dan ook grote verschillen tussen de Nederlandse en de Amerikaanse situatie. In de Amerikaanse voorsteden waren weinig of geen buurtwinkels of kleine lokale winkelcentra gevestigd en de bewoners behoorden traditioneel tot de goeude klassen. Men winkelde er graag 's avonds met het hele gezin. De meeste Nederlandse gezinnen hadden in de jaren vijftig en zestig niet de gewoonte om gezamenlijk te gaan winkelen, de winkels sloten op zijn laatst om zes uur en de bewoners van de buitenwijken waren minder koopkrachtig. De Hollandse steden waren compacter, de afstanden waren kleiner en er was minder goedkope grond beschikbaar voor gigantische bouwwerken als de 'shopping centres' in Amerika. In Nederland was de

---

<sup>25</sup> Hellinga, Hoogstraten en Velden, 2001, p. 56-57; Luijckx, 1963, p. 7

<sup>26</sup> Bijhouwer, 1953, p. 730-732

<sup>27</sup> 'Belgische ...', 1962, p. 799

<sup>28</sup> 'Spiegel ...', 1962, p. 437

planning van winkelconcentraties in woonwijken gebaseerd op de verzorgende functie voor de bewoners uit de omgeving, terwijl de bereikbaarheid in de Amerikaanse situatie een van de belangrijkste ontstaansredenen was. Over de opzet en vormgeving van winkelcentra konden de Nederlandse architecten, winkeliers en stedenbouwkundigen echter van hun Amerikaanse collega's leren. Amerikaanse publicaties over het ontwerp van winkelcentra verschenen ook in Nederland, zoals het boek *Shopping Towns U.S.A. The planning of shopping centers* uit 1960 van dé winkelcentrumarchitect van Amerika, Victor Gruen. In die praktische winkelcentrumgids werd behalve aan architectuur ook aandacht besteed aan locatiekeuze, economische overwegingen, zonering, financiering en de relatie tussen de ontwikkelaar en de winkelier. Want ook eigendomsverhoudingen binnen een winkelcentrum hadden consequenties voor de vorm en opzet van een winkelcentrum: een ontwikkelaar die eigenaar en exploitant van een winkelcentrum was, kwam tot heel andere resultaten dan bijvoorbeeld een coöperatie van winkeliers. In een tentoonstelling over winkelcentra in het Bouwcentrum werden de voordelen van de Amerikaanse centra opgesomd: die waren aantrekkelijk voor de klant dankzij een gecoördineerde, samenhangende opzet, de prettige sfeer, het nodige vermaak, ruime en goed bereikbare parkeerplaatsen en moderne verkoopmethoden. De winkels lagen er dicht bij elkaar, er werd een uitgebreid assortiment aangeboden zodat het principe *one stop shopping* zijn intrede deed.<sup>29</sup> Door de Amerikaanse winkelcentra als sociale knooppunten te presenteren, als accommodaties voor het gemeenschapsleven, kregen zij een bovendien een soort nostalgische lading. Het shopping centre *more like downtown than downtown itself*.<sup>30</sup>

Amerikaanse architecten van winkelcentra refereerden vaak aan exotische architectuur: door een Spaanse klokkentoren of Britse pub aan het centrum toe te voegen, kregen de commerciële activiteiten een decor. Om klanten langer in het centrum te houden en ze meer uit te laten geven, werden gezellige of avontuurlijke activiteiten toegevoegd in de vorm van horeca, waterpartijen, kunstwerken, plantsoenen en recreatieve voorzieningen als een speeltuin, zwembad, ijsbaan of bioscoop.

Het principe van het grote Amerikaanse winkelcentrum kreeg in Nederland als eerste navolging in Amstelveen, waar in de periode 1956-1965 een modern, gedifferentieerd winkelcentrum verrees met naast een groot winkelaanbod ook een postkantoor, café-restaurant, crèche, bioscoop, bibliotheek, vergaderzalen, expositieruimten, kegelbanen en een groot parkeerterrein.<sup>31</sup> De architectuur was echter geheel niet Amerikaans maar ontworpen door de Nederlandse architecten Van den Broek en Bakema, E.F. Groosman, A. Staal en P. Zanstra (afbeelding 3.1).



AFBEELDING 3.1

V.L.N.R.: BAKEMA, VAN DEN BROEK, DE BURGEMEESTER VAN AMSTELVEEN, ZANSTRA, STAAL EN GROOSMAN

### 3.2 BESTUURLIJKE EN ORGANISATORISCHE ACHTERGRONDEN

<sup>29</sup> 'Kopen en knopen ...', 1962, p. 878

<sup>30</sup> Goss, J., geciteerd in: Kooijman, 1999, p. 135

<sup>31</sup> 'Winkelcentrum Amstelveen', 1961, p. 509

## ONTWIKKELINGEN IN DE DETAILHANDEL

De winkeliers stonden in Nederland in de rij voor een vestiging in een winkelcentrum. Een groot centrum trok meer klanten dan een losse winkel en gezamenlijk konden de winkeliers meer diensten aanbieden, zoals ruime parkeerplaatsen. Daarmee waren winkelcentra aantrekkelijk investeringsobjecten voor banken, institutionele beleggers en ontwikkelaars. Een belangrijke spreekbuis voor de middenstand was het Centraal Orgaan ter Bevordering van de bouw van Middenstandsbedrijfspannen (COM). De econoom A.W. Luijckx (die in de periode 1952-1962 tevens directeur was van het Economisch Instituut van de Middenstand) was een van de oprichters, een tijd lang secretaris en later directeur van het COM. Als zodanig trad hij vaak op als de woordvoerder van de detailhandel als het om de bouw van winkelcentra ging. Die functie werd ook vervuld door R. Kok, die veel over het onderwerp had gepubliceerd en eveneens bij het COM werkte.

Ook directies van grote ketens (Albert Heijn, De Bijenkorf, Blokker, C&A, De Gruyter, Hema, Vroom en Dreesman) waren bereid in winkelcentra te investeren om daarmee de concurrentie van hun binnenstedelijke vestigingen in de hand te houden. Vooral Anton Dreesman, die in 1963 promoveerde op een onderzoek naar het grootwinkelbedrijf, zag gevaar in initiatieven die projectontwikkelaars ontplooiden.<sup>32</sup> De grootwinkelbedrijven hadden gezamenlijk veel invloed op de ontwikkeling en planning van winkelcentra.

Op het niveau van de architectuur had de detailhandel heldere eisen. Liefst wilden zij een grote winkelruimte zonder kolommen, wat betekende dat combinatie met een woonfunctie moest worden vermeden. Nederlandse stedenbouwkundigen hadden in de naoorlogse jaren de neiging een hoog woongebouw te plannen waarvan de begane grond voor winkels bestemd werd, wat leidde tot 'kolommenmisère' in de winkelruimte. Ondernemer Albert Heijn, die regelmatig naar Amerika op werkbezoek ging, merkte in 1959 op: "Eigenlijk kennen we hier geen winkelbouw. (...) Men richt hier een flatgebouw op, kijkt naar de ruimte er onder en zegt: dit is een winkel"<sup>33</sup>. Daarvan zijn in Nederland veel voorbeelden te vinden, zoals het winkelcentrum Haarlem Delftwijk van Groosman uit 1958 en het woon-winkelgebouw uit 1963 naar ontwerp van K.F.G. Spruit, dat de oorsprong vormt van winkelcentrum van Hoofddorp.

Hoewel woningen in het winkelcentrum de levendigheid vooral 's avonds ten goede kwamen, was het niet erg aantrekkelijk wonen in een winkelcentrum, met het afval van de winkels, de bevoorrading op een vroeg tijdstip en de overlast van het publiek. Architect Groosman wist bovendien te melden dat in Amerika elke woning een verlies van een parkeerplaats betekende, met als gevolg een omzetverlies van 10.000 dollar per jaar.<sup>34</sup>

Vraag en aanbod dienden volgens ondernemers de maatstaf voor de opzet van een winkelcentrum te zijn, flexibiliteit van de ruimte was een vereiste. Winkelcentra moesten zo flexibel mogelijk worden gebouwd om winkeliers

---

<sup>32</sup> Dreesman, 1963

<sup>33</sup> 'Congres ...', 1959, p. 1213

<sup>34</sup> Groosman, 1968, p. 2084-2088

vrijheid in hun bedrijfsvoering te verschaffen: behalve kolommen waren ook draagmuren, standleidingen en trapopgangen binnen de winkelruimte taboe. Door achter de winkels een strook te reserveren waarop de winkeliers hun bedrijf zo nodig konden uitbreiden, zou de flexibiliteit worden vergroot. Verder moesten winkeleenheden samengevoegd kunnen worden en moesten specifieke technische voorzieningen als gekoelde showvitrines gemakkelijk geïnstalleerd kunnen worden. De schaalvergroting in de detailhandel, de toename van het aantal zelfbedieningswinkels en de combinatie van de verkoop van verschillende producten in één supermarkt leidden tot een vraag naar grotere winkelruimten. En ook de sfeer werd over het algemeen heel belangrijk gevonden door winkeliers omdat daarmee klanten ook van grotere afstanden werden aangetrokken en langer in het winkelcentrum werden vastgehouden.

### **OPVATTINGEN BIJ OVERHEDEN EN STEDENBOUWKUNDIGEN**

De rijksoverheid leidde het herstel van de economie met krachtige hand en stelde daartoe verschillende planbureaus, adviesraden en overlegorganen in. Maar op de ontwikkelingen in de detailhandel leken veel lokale en regionale overheidsinstanties achter te lopen, al hadden zij in principe een sturende rol in de planning van het winkelapparaat. Zo wist stedenbouwkundige van het AUP van Amsterdam, Van Eesteren, in 1955 niet wat een supermarkt was. Toen hem dat was uitgelegd, zei hij over het perceel dat Albert Heijn graag als zodanig in gebruik wilde nemen: “Da’s veel te groot voor een kruidenierswinkel”<sup>35</sup>. Die conservatieve houding van veel stedenbouwkundigen leidde tot discussies over de winkelplanning met middenstanders en economen. De Directeur van de Algemene Bouwcentrale ABC in Amstelveen deelde een sneer uit naar stedenbouwkundigen en gemeenten: “Winkelcentra zijn geen objecten om gebruikt te worden als stedenbouwkundige passtukken of monumentale herinneringen aan bepaalde ambtsperiodes. Winkelcentra zijn gereedschap, waarmee de handel rationeel moet kunnen werken”<sup>36</sup>.

De planning en bouw van winkelcentra was niet het meest besproken onderwerp onder Nederlandse stedenbouwkundigen in de wederopbouwperiode. R. Kok van het COM had zelfs de indruk dat stedenbouwkundigen winkelcentra zagen als een “griezelgebied, een terrein waarop ‘verborgen verleiders’ op veel subtielere wijze werkzaamheden verrichten, die eertijds tot het handwerk van struikrovers behoorden”<sup>37</sup>. In uitbreidingswijken ging veel aandacht naar de woningbouw en werd alleen het maximum aantal winkels vastgesteld op basis van het aantal inwoners waarvoor die winkels bestemd waren. De houding van de meeste stedenbouwkundigen ten opzichte van de detailhandel was passief – althans volgens veel economen en sociologen die zich met het onderwerp bezighielden. Het idee dat inwoners van een uitbreidingswijk in de auto of op de brommer zouden stappen om naar een verder gelegen winkelcentrum te gaan, omdat het daar prettiger

---

<sup>35</sup> Hellinga, Hoogstraten en Velden, 2001, p. 49

<sup>36</sup> ‘Decentralisatie ...’, 1962, p. 909

<sup>37</sup> ‘Studiedag ...’, 1962, p. 946

winkelen was dan in de buurtwinkel die voor hen was bestemd, kwam in de hoofden van veel stedenbouwkundigen niet op.

Er leek onder stedenbouwkundigen na de oorlog nog jarenlang een vanzelfsprekende voorkeur te bestaan voor een gespreide ligging van de winkels, bijvoorbeeld op de hoeken van woonblokken of aan weerszijden van de grootste verkeersstraten. Dat betekende dat klanten van hoek naar hoek moesten lopen of fietsen, ofwel dat ze telkens een grote weg moesten oversteken. Deskundigen op het gebied van de middenstand pleitten nog in 1962 voor meer sociografisch onderzoek als onderlegger voor heldere regionale en interprovinciale planning van winkelcentra. Bovendien moest de overheid de infrastructuur verzorgen die nieuwe winkelcentra nodig hadden. F. Bakker Schut, lid van de raad van bestuur van de Landbank te Den Haag, waarschuwde in 1962 met betrekking tot de planning en regulering van de bouw van winkelcentra dat “reële behoeften van het grote publiek niet straffeloos kunnen worden genegeerd. Bestuurders, stedenbouwkundigen en verkeersdeskundigen hebben wel de mogelijkheid een bepaalde ontwikkeling af te remmen en in goede banen te leiden, doch zij kunnen deze niet ombuigen, althans niet in een democratische staat...”<sup>38</sup>.

Zelfs in 1970 stelde de Raad voor het Grootwinkelbedrijf nog dat de detailhandel in de praktijk niet altijd vanaf de eerste fase in het gezichtsveld van gemeenten, provincies, planologen, projectontwikkelaars, architecten, bouwondernemingen, beleggers en banken kwamen. De detailhandel moest winkelcentra echter wel exploiteren en dat kon alleen op basis van een economisch gezonde bedrijfsvoering. “Zo’n 10 jaar geleden is de detailhandel zelf begonnen met het ontwikkelen van winkelcentra om voldoende invloed te kunnen uitoefenen op alles wat bij de planologie en realisatie ervan aan de orde komt. Een verantwoorde vaststelling van de ligging, omvang en branchesamenstelling is van groot belang. (...) Deze en andere overwegingen (...) hebben ertoe geleid dat er een zodanige vorm van samenwerking tussen midden- en kleinbedrijf en grootwinkelbedrijf is tot stand gebracht dat de detailhandel in vele gevallen niet meer uitsluitend als de gerekruteerde bemanning van door anderen gebouwde winkels optreedt, maar ook zelf initiatiefnemer bij de bouw van nieuwe winkelcentra is geworden.”<sup>39</sup>.

### WIJKGEDACHTEN EN SANERING

Stedenbouwkundigen die zich wél actief met winkelplanning bezighielden, baseerden zich veelal op de wijkgedachte. In die gedachte werden steden op basis van sociale gronden geleed in een stelsel van buurten en wijken, waarbinnen zich een sterk gemeenschapsleven zou moeten ontwikkelen. Bij een wijk van 10.000 tot 12.000 inwoners werd gesteld dat er een netwerk van verschillende winkelconcentraties nodig was.

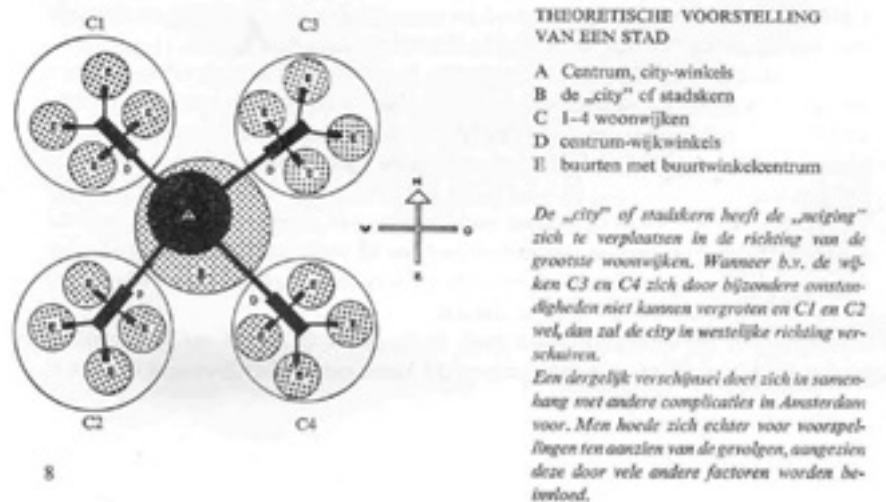
De interne samenhang van een buurt en van een aantal buurten binnen een wijk kon door een winkelconcentratie worden bevorderd (afbeelding 3.2).

---

<sup>38</sup> ‘Decentralisatie ...’, 1962, p. 909

<sup>39</sup> Raad voor het Grootwinkelbedrijf, 1970, p. 1

AFBEELDING 3.2  
THEORETISCHE VOORSTELLING  
VAN EEN STAD



Zo werd bij de meeste uitbreidingswijken een regelmatig, hiërarchisch geleed netwerk van winkelcentra gepland binnen de stad: buurt-, wijk-, stads- en regionale winkelcentra. Een buurtwinkelcentrum had een actieradius van 300 á 600 meter en was vooral bedoeld voor de dagelijkse boodschappen (bakker, slager en groenteboer). In een wijkwinkelcentrum, dat was bedoeld voor zo'n 10.000 à 12.000 mensen, waren bijvoorbeeld ook een winkel voor huishoudelijke artikelen, een furniturezaak, een kledingwinkel en een schoenmaker gevestigd. Het verzorgingsgebied van het stadswinkelcentrum was de hele stad plus randgemeenten, en daar waren dan ook speciaalzaken te vinden.

De buurt- en wijkwinkelcentra zouden ook als sociale kristallisatiepunten kunnen fungeren, vooral als er ook aanvullende voorzieningen als een bibliotheek, bioscoop, kerk of crèche werden gevestigd. Een goed voorbeeld van een opbouw van een hiërarchisch stelsel van winkelcentra was te vinden in het naoorlogse deel van het AUP Amsterdam Buitenveldert, waar buurtwinkelcentra werden gebouwd aan de Buitenveldertselaan, Kastelenstraat en de Arent Janszoon Ernststraat. Bovendien ontwierp A. van Gool het wijkwinkelcentrum Gelderlandplein (vernieuwd in de jaren negentig).

Het regionale winkelcentrum zou een hele regio moeten bedienen, maar behalve de winkelgebieden in de grote steden mikten in de jaren vijftig en zestig in Nederland weinig winkelcentra op die schaal. Het belangrijkste voorbeeld van een regionaal winkelcentrum was het winkelcentrum in Leidschendam (1961-1972) naar ontwerp van Groosman, waar een bruto winkeloppervlak van in totaal 75.000 vierkante meter werd gerealiseerd (afbeelding 3.3). De plaats van een regionaal winkelcentrum zou moeten worden bepaald door het zwaartepunt van koopkracht van verschillende nederzettingen.

Als tussenvorm van het wijk- en het stadswinkelcentrum ontstond rond 1960 het *subcitycentre* ofwel stadsdeelcentrum, waarvoor deskundigen een grote toekomst weggelegd zagen. Het stadsdeelcentrum had niet tot doel om de bestaande stadscentra te overschaduwten, maar was bedoeld voor diegenen voor wie het bereiken van het stadscentrum te grote offers zou vragen.



AFBEELDING 3.3  
WINKELCENTRUM LEIDSENH-  
GE LEIDSCHENDAM

Het zou ongeveer 40.000 consumenten binnen een afstand van 1500 meter moeten kunnen trekken. Omdat de afstand tussen de winkels in de binnensteden en de woningen in de buitenwijken groter, het verkeer drukker en parkeren moeilijker werd in de jaren zestig, voldeden stadsdeelcentra met ruime parkeerplaatsen en een gevarieerd winkelaanbod (van het kaliber modezaak, schoenenwinkel, supermarkt en warenhuis) aan een reële behoefte. De eerste voorbeelden daarvan in Amstelveen, Rijswijk en Den Haag Mariahoeve (afbeelding 3.4) ontstonden eerder ondanks dan dankzij regie van de overheid; “doordat de energieke burgemeesters hun eigen weg zijn gegaan en zich niet bekommerd hebben om de ontwikkeling van de nabij liggende grote stad”<sup>40</sup>. In het rapport van de Commissie Opvoering Produktiviteit van de Sociaal-Economische Raad uit 1962 werd voorgesteld om in sommige gevallen stadsdeelcentra te laten samenvallen met geplande of bestaande wijkwinkelcentra. Voorwaarde voor een stadsdeelcentrum was dat er een of twee warenhuizen met beperkt assortiment gevestigd waren, zogenaamde *junior department stores* naar Amerikaans voorbeeld. Daarnaast zou een stadsdeelcentrum enkele supermarkten moeten bevatten.



AFBEELDING 3.4  
SCHETS MARIAHOEVE  
DEN HAAG

Het jaar 1962 was belangrijk voor de detailhandel, vooral voor de ontwikkeling van de winkelcentra in Nederland. De Consumentenbond werd dat jaar

<sup>40</sup> Blijstra, R., ‘Het winkelcentrum ...’, 1968, p. 316

bekend bij het grote publiek vanwege een rechtszaak tegen een sigarenfabrikant, waardoor de bond groot en invloedrijk werd. Het Bouwcentrum in Rotterdam hield in 1962 een tentoonstelling over winkelcentra getiteld 'Kopen en Knopen' en in dat kader organiseerden de Huishoudraad, de Consumentenbond en het Nederlands Instituut voor Volkshuisvesting en Stedebouw (NIVS) studiedagen over de betekenis van winkelcentra voor hun leden. Ook ging de tweejaarlijkse gemeenteconferentie van de Benelux over winkelcentra, net als de Wegverkeersdag van de Koninklijke Nederlandse Automobielen Club.

Op al die studiedagen en conferenties werd het debat tussen stedenbouwkundigen en middenstanders gevoerd over stedenbouwkundige, infrastructuurele, programmatische en architectonische aspecten van de bouw van winkelcentra. Ook werden toekomstvoorspellingen gedaan over automatisering van de verkoop, de ontwikkeling van het verkeer en de gevreesde teloorgang van historische stadskernen.

Deze inhoudelijke debatten droegen ertoe bij dat in de jaren zestig zowel lokale bestuurders als de rijksoverheid beleid gingen ontwikkelen op het gebied van winkelplanning. Het schrikbeeld was verlaten historische binnensteden en bloeiende winkelcentra aan de stadsranden, net als in Amerika. Binnensteden moesten zich gaan verdedigen en sanering werd in de jaren zestig daartoe als een belangrijk middel gezien. Gereedschappen bij de sanering van de binnensteden waren goede openbaar vervoersverbindingen tussen de uitbreidings-wijken en het centrum, bereikbaarheid van de binnensteden voor automobilisten, parkeerplekken rond de binnenstedelijke winkelgebieden, het omvormen van de belangrijkste winkelstraten tot voetgangersgebieden, modernisering van de winkelpanden, het beperken van verkeersscheppende nieuwbouw, het bevorderen van inwendige oppervlaktevergroting, een regelmatige uitbreiding van de stad zodat de kern niet zou verschuiven en het beperken van het aantal winkelcentra in buitenwijken door middel van sterke centrale regie. Zo ontstonden ook binnenstedelijke winkelcentra als Hoog Catharijne (afbeelding 3.5) in Utrecht en het vernieuwde centrum van Vlaardingen.

AFBEELDING 3.5  
LUCHTFOTO HOOG CATHARIJNE  
UTRECHT



Architect Rein H. Fledderus was van mening dat de sanering van de historische binnensteden van levensbelang voor de stad als geheel was.

“Wanneer de stadskern zijn zuigkracht als distributieapparaat voor de detailhandel zou verliezen, is het ook gedaan met de cultuur van de stad: de dood in de pot”<sup>41</sup>. Maar, zo merkten andere deskundigen op, het was niet altijd mogelijk om stadscentra open en bereikbaar te houden en daarom moest het vestigingspatroon van de detailhandel aangepast worden aan de nieuwe situatie. “Dit houdt in: de verkoop van meer duurzame verbruiksgoederen in de winkelconcentraties buiten de wijken”, aldus Luijckx in 1962.<sup>42</sup>

### 3.3 DE BOUW VAN NAOORLOGSE WINKELCENTRA

In de periode 1945-1965 kwamen in Nederland 415 winkelcentra tot stand. Het overgrote deel van die centra, zeventig procent, bestond uit tien tot dertig winkels. Kleine buurtwinkelcentra en grootschalige winkelcentra waren eveneens gebouwd, maar waren in de minderheid. Dat blijkt uit onderstaand overzicht.<sup>43</sup>

Na 1945 gereedgekomen winkelcentra met in totaal ten minste 1000 m2 bruto-vloeroppervlakte	Aantal in %
Minder dan 10 vestigingen	17
10 tot 15	30
15 tot 20	22
20 tot 25	10
25 tot 30	8
30 tot 40	6
40 tot 75	5
75 of meer	2

Het aandeel van het westen des lands in de winkelcentrumbouw was groot ten opzichte van de andere drie regio's: 64,3 procent van de centra verrees in het westen, 18,1 procent in het zuiden, 12,7 procent in het oosten en 4,9 procent in het noorden. Verder werd 44,3 procent gebouwd in de grote steden, tegenover 28,9 procent in de kleine en middelgrote steden, 21,2 procent in verstedelijkte plattelandsgemeenten en slechts 5,6 procent in plattelandsgemeenten.<sup>44</sup> Het overgrote deel van de winkelcentra gebouwd in de wederopbouwperiode moet worden gezocht in de buitenwijken van de grote steden in het westen des lands.

### RUIMTELIJKE EN GEOGRAFISCHE SPREIDING

Alle gemeentes van 10.000 inwoners en meer waren volgens de Woningwet verplicht om bij groei uitbreidingsplannen op te stellen, die door provinciale instanties moesten worden goedgekeurd. Anno 1962 werden in de uitbreidingsplannen nauwkeurig de bestemmingen aangegeven, en winkelbouw vormde één van de mogelijke bestemmingen.

<sup>41</sup> 'Belgische ...', 1962, p. 800

<sup>42</sup> 'Stadsdeelcentrum ...', 1962, p. 464

<sup>43</sup> Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1970

<sup>44</sup> Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1973, p. I-14 en I-15

Stedenbouwkundigen vonden het lastig de plaats en de omvang van winkels of winkelcentra te bepalen. Enerzijds werden ze geleid door kengetallen, waarbij het aantal winkels direct werd gerelateerd aan het aantal inwoners. Anderzijds hadden ze te maken met de schatting van de koopkracht als basis voor een verantwoorde opzet van het winkelapparaat. Bovendien hielden kengetallen vaak geen rekening met de jongste ontwikkelingen, zoals de schaalvergroting en andere ontwikkelingen in de detailhandel, en plaatselijke omstandigheden. De regel waar stedenbouwkundigen mee werkten was dat per duizend inwoners vijf winkeleenheden nodig waren. Maar de directe relatie tussen het aantal winkels en het aantal inwoners bestond niet meer: het probleem was al veel complexer geworden volgens het COM, dat zich daarbij baseerde op een studie van de Centrale Directie van de Volkshuisvesting.<sup>45</sup>

Winkelcentra, en dan met name stadsdeel- en wijkwinkelcentra, waren onlosmakelijk verbonden met de planning van het stedelijk apparaat. Dat was vooral een stedenbouwkundige kwestie, waar architecten verre van moesten blijven. Volgens Fledderus, die in 1957 het boek *Over Winkels* had gepubliceerd, begreep negentig procent van de architecten niets van stedenbouw. Desondanks werden het ontwerp, de planning en samenstelling van winkelcentra doorgaans overgelaten aan een aannemer en een architect, en soms werd een belegger betrokken. Fledderus meende dat er maar één voorbeeld was van een winkelcentrum dat qua omzet, samenstelling en capaciteit was gebaseerd op een gedegen onderzoek naar de economische basis van inkomens, bestedingspatroon en de te verwachten kopers. Dat voorbeeld was het winkelcentrum Boven 't IJ in Amsterdam Noord dat het bureau van Fledderus zelf had ontworpen. Daar was onderzoek naar gedaan door de directeur van de Stichting voor Economisch Onderzoek der Universiteit van Amsterdam J.F. Haccoû.

Voor de overige plannen voor winkelcentra werd de behoefte vaak geschat aan de hand van ervaringscijfers. Het gevolg was dat veel fouten werden gemaakt en te kleine winkelcentra werden gebouwd. Winkelcentra van enig formaat die in de jaren veertig en vijftig waren gebouwd, waren dan ook vaak door vertegenwoordigers van de detailhandel bevochten, omdat stedenbouwkundigen volgens hen te weinig grote winkelcentra in uitbreidingsplannen opnamen.

Kleine buurtwinkelcentra, zo merkten verschillende experts op, namen rond 1960 in betekenis af omdat ze te duur werden om te realiseren. Door de vooruitgang van de techniek kwamen dure installaties beschikbaar voor de detailhandel, en waren er meer klanten nodig om dat te bekostigen. Die installaties vroegen bovendien vaak veel ruimte. Consumenten legden grotere afstanden af om boodschappen te doen; het afstandsbezwaar werd gecompenseerd door lagere prijzen, betere service en prettiger winkels.

---

<sup>45</sup> Centrale Directie van de Volkshuisvesting, *Studie betreffende de winkelfrequentie en de winkelspreiding*, 1951, aangehaald in: Kok, R., 1954, p. 47

## TOEGANKELIJKHEID

Een voordeel van een winkelcentrum in een buitenwijk boven een winkelgebied in een binnenstad was dat winkelcentra goed per auto bereikbaar waren voor consument en expeditieverkeer. Daarom moesten winkelcentra geplaatst worden in de buurt van de hoofdaanvoerwegen uit het verzorgingsgebied. Volgens de Raad voor het Grootwinkelbedrijf, die in 1970 een rapport uitgaf over winkelcentra, was het het beste als de verkeerswegen zoveel mogelijk tangentieel ten opzichte van het winkelcentrum liepen, zodat er zo min mogelijk kruisende bewegingen waren; dat zou opstoppingen voorkomen.<sup>46</sup>

In Nederland bleef het aantal parkeerplaatsen bij winkelcentra achter bij de behoefte. In 1970 waren nog 298 van de 415 winkelcentra verstoken van een afzonderlijk parkeerterrein met eigen in- en uitritten. Bovendien waren de meeste parkeerterreinen bij winkelcentra te klein. De vuistregel voor het formaat van het parkeerterrein was volgens de Raad voor het Grootwinkelbedrijf afhankelijk van autodichtheid van het gebied: bij een dichtheid van 1 auto op 6 inwoners was de verhouding vierkante meters verkoopoppervlak op vierkante meters parkeeroppervlak 1 op 3; als er 1 auto op 4 inwoners was, was die verhouding 1 op 4. De diepte van een parkeerterrein moest tussen de 200 en 300 meter zijn. De parkeerruimte diende als eenheid gesitueerd te worden en niet worden verdeeld over verschillende velden. Schuin parkeren bevorderde de doorstroming. Voor werknemers van het winkelcentrum kon het beste een apart parkeerterrein worden ingericht. Voor bezoekers moest het langparkeren tegengaan worden door een maximaal aantal uren in te stellen. Bezoekers konden ook met het openbaar vervoer komen. Er dienden meerdere opstapplaatsen te zijn bij een winkelcentrum, maar dit mocht niet ten koste gaan van parkeergelegenheid.<sup>47</sup>

Op de overgang van de parkeerplaats naar het winkelcentrum werden voor de levendigheid vaak kiosken of vitrines geplaatst. Bovendien hadden winkelcentra in de jaren veertig en vijftig vaak nog etalages aan de buitenkant. Aan de straatzijde van het winkelcentrum De Notenhout in Nijmegen bijvoorbeeld liet architect Groosman de etalages steeds verspringen. Daardoor kreeg de winkelier ruimte om zijn waar te tonen, kwam er diversiteit in de winkelpuien en werd het geheel boeiend voor de bezoeker. Maar de gevel aan de kant van de parkeerplaats was op een ingang na blind. In navolging van de Amerikaanse centra verdween het front van etalages aan het parkeerterrein vaker, om plaats te maken voor bebouwing zonder representatieve gevels maar met veel ingangen dicht bij de geparkeerde auto. "Cars don't buy", stelde de Amerikaan Gruen in 1960.<sup>48</sup>

Desondanks is openheid over het algemeen een kenmerk van Nederlandse winkelcentra gebleven. De typologie van het naar binnen gekeerde, blinde bouwblok is in Nederland nooit zo sterk ontwikkeld als in Amerika. In Nederland was het winkelcentrum als voorziening een integraal onderdeel van het stedenbouwkundig plan en daarmee was het in de wijk verankerd,

---

<sup>46</sup> Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1970

<sup>47</sup> Raad voor het Grootwinkelbedrijf, 1970

<sup>48</sup> Groosman, 'Winkelcentrum te Nijmegen', 1966, p. 380; Gruen, 1960, p. 192-210

terwijl Amerikaanse winkelcentra veelal als losse bouwblokken aan de snelwegen gesitueerd waren. Bovendien hielden Nederlandse stedenbouwkundigen rekening met voetgangers en fietsers die naar het winkelcentrum kwamen.

In het centrum ging de consument te voet verder. “Het winkelen zelf geschiedt te voet, het heeft - het sterkst in de binnenstad, maar zeker ook in de grotere winkelcentra – duidelijk het aspect van flaneren, het onbekommerd willen rondrentelen, etalages en medemensens bekijken. Voortdurend het onbewuste gevoel te hebben óók nog op het verkeer te moeten letten is onaangenaam”, werd in een brochure van de ANWB geschreven. Of, op zijn Amerikaans: “Shoppers do not have to keep alert in order to keep alive”<sup>49</sup>. Daarom werden winkelcentra die voor het autoverkeer waren afgesloten in de loop van de jaren vijftig steeds meer gemeengoed. Ook winkelstraten in binnensteden werden vaker afgesloten voor auto’s. In navolging van onder meer de Rotterdamse Lijnbaan werden bovendien de expeditiestraten en de winkelstraten over het algemeen strikt gescheiden. Brede expeditiestraten met ruime bochten en smalle trottoirs zouden het winkelende publiek ernstig belemmeren.

### PLATTEGROND EN AANKLEDING

Naar de mening van Fledderus en andere deskundigen moest een winkelcentrum ontworpen worden als een zelfstandig geheel. Aanvullende voorzieningen als een café-restaurant, zwembad, bioscoop, kerk, theater of crèche dienden onmiddellijk aan het winkelcentrum te grenzen omdat ze wel mensen trokken, maar ook donkere gaten in de etalagewanden vormden als ze gesloten waren terwijl de winkels waren geopend. Niveaoverschillen in en tussen loopstraten waren onpraktisch. Grote lege pleinen moesten worden vermeden; eventueel konden op een plein kiosken worden geplaatst ter afwisseling. Kleine pleintjes werden door het publiek doorgaans wel gewaardeerd. Als goed voorbeeld werd door Kok van het COM het Almeloplein in Den Haag aangehaald (afbeelding 3.6). Dat bestond uit een plein met woongebouwen en winkels op de begane grond. Door de plaatsing van een rij kleine, lage dagwinkels met kiosken - door een doorgaande overkapping verbonden - werd toch enige beslotenheid gecreëerd.<sup>50</sup> Overkapping van het hele winkelcentrum werd in de wederopbouwperiode nog niet veel toegepast.

#### AFBEELDING 3.6

WINKELCENTRUM ALMELO-  
PLEIN DEN HAAG

<sup>49</sup> Sluys, F. van der, ‘Winkels en Verkeer’, ANWB-brochure: *winkelen met de auto en te voet*, geciteerd in: Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1970; Baker, 1951

<sup>50</sup> Kok, 1954, p. 48



Het circuit van de winkels moest voor bezoekers kort en duidelijk zijn. De plattegrond kon verschillende vormen hebben, bijvoorbeeld het lijncentrum, L-centrum, T-centrum, U-centrum of het pleincentrum (afbeelding 3.7). De hofvorm werd door veel experts aanbevolen omdat het een gezellige drukte zou bevorderen en beslotenheid bood. Om het winkelend publiek in beweging te houden, werd er in het algemeen voor gepleit om grote trekkers aan de uiteinden van het winkelcentrum te plaatsen, bij de parkeerplaats, zodat een spanningsveld zou ontstaan waarbinnen de winkelactiviteiten zich afspeelden. Als trekkers konden filialen van warenhuizen en supermarkten dienen. Tussen deze polen werden de kleinere winkels geplaatst.

De winkelruimte moest flexibel in te delen zijn; liefst zagen detaillisten een winkelcentrum als één grote, doorlopende ruimte die door een aantal winkeliers met behulp van lichte scheidingswanden ingedeeld kon worden. Zo kon een zelfbedieningswinkel een grote ruimte met een magazijn krijgen en een sigarenwinkel of schoenmaker een klein hoekje.<sup>51</sup> Het was daarom het beste als een winkelcentrum een dragend (beton)skelet had zonder draagmuren. Door bij het ontwerp met een vaste maateenheid te werken, konden winkeleenheden makkelijk vervangen, samengevoegd, gesplitst of uitgebreid worden, zonder dat het concept van het geheel daaronder leed. Alle elementen in het ontwerp (de afstand tussen de kolommen, de deuren, ramen, etalages, scheidingswandjes, luifels) werden dan gebaseerd op een veelvoud van die maateenheid, wat ook de eenheid binnen het ontwerp ten goede kwam.

De overgang van buiten naar binnen was bij de winkelbouw aan verandering onderhevig. Vóór de oorlog was het heel gebruikelijk dat men alleen een winkel betrad als men serieus van plan was om een product aan te schaffen. In de loop van de tijd werd de drempel in overdrachtelijke zin steeds lager en kon men gemakkelijker een winkel binnenlopen om zich slechts te oriënteren. Daarmee werd transparantie van de ingangspartij belangrijker. In een



AFBEELDING 3.7

OPZET VAN WINKELCENTRA IN  
MONTREAL EN TORONTO

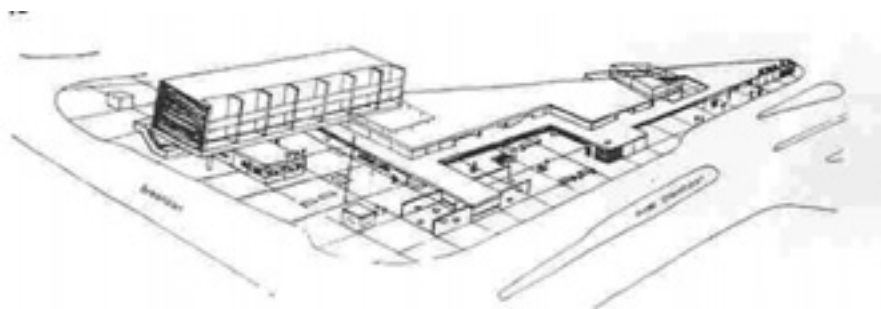
<sup>51</sup> Mulder, 1960, p. 254

winkelcentrum presenteerden de afzonderlijke winkels zich met behulp van hun etalages en werd een vloeiende overgang van het voetgangersgebied naar het interieur van de winkel gebruikelijk.

Aspecten als gezelligheid, beslotenheid, intimiteit en een goede sfeer werden door zowel middenstanders en economen als door stedenbouwkundigen en architecten als belangrijke eigenschappen van een geslaagd winkelcentrum genoemd. Verschillende elementen konden daartoe bijdragen. Etalages moesten continu doorlopen, niet onderbroken door blinde muren of door functies die vaak onder winkeltijden gesloten waren. Tochtgaten en te lange loopstraten moesten worden vermeden. Door het winkelcentrum slim te organiseren kon gezorgd worden voor maximale zoninval en minimale windtoegang. Eenheid in de vormgeving voorkwam een rommelige, armoedige uitstraling. Materiaalgebruik in de bebouwing en bestrating, maatverhoudingen en kleur waren daarbij belangrijk, maar ook doorlopende luifels - bekleed met hardhouten schrootjes - benadrukten de eenheid. Luifels boden bovendien beschutting tegen de regen.

Ondanks het belang van de eenheid in vormgeving kon enige variatie in de puien en etalages - bijvoorbeeld door toepassing van eilandetalages - geen kwaad. Voorbeeld daarvan was het winkelcentrum in Bergen van Van den Broek en Bakema, dat als sterke eenheid werd ontworpen maar afwisselend was in de verspringende gevellijn met puien die in de zomer deels weggeschoven konden worden, eilandetalages en kiosken. Bakema schreef: "De wederzijdse bepaling van privé en publieke ruimte werd ontwerpgedachte voor het winkelcentrum en als beloning werden architectuur en stedenbouw weer vrienden"<sup>52</sup> (afbeelding 3.8).

AFBEELDING 3.8  
SCHETS VAN WINKELCENTRUM  
BERGEN



De aankleding van een winkelcentrum, met zorgvuldig ontworpen straatmeubilair, waterpartijen, straatverlichting, telefoocellen, bankjes, openbare toiletten, bloembakken en groenvoorzieningen droeg bij aan een goede sfeer, net als een goede verlichting van de etalages, winkelruimten en reclames. Het genoemde winkelcentrum in Bergen is ook hiervan een sterk voorbeeld. Het karakter van de winkels werkte ook mee: "Een winkel is pas typisch, heeft pas karakter als een viswinkel op een viswinkel, een stoffenmagazijn op een stoffenmagazijn en een sigarenwinkel op een sigarenwinkel lijkt; als de architectuur van zo'n winkel gedachten oproept aan het product dat

<sup>52</sup> Bakema, 1963, p. 35

verkocht wordt of aan de sfeer waarin de producten door de klanten worden gebruikt”<sup>53</sup>.

De architectuur van de winkelcentra die gebouwd zijn de periode 1940-1965 was in de meeste gevallen niet frivol of exotisch zoals de architectuur van veel Amerikaanse *shopping centres*. Ondanks de nadruk op gezelligheid en sfeer was de architectuur van de Nederlandse winkelcentra vaak zakelijk en strak. Architecten maakten veel gebruik van materialen als (grind-)beton, glas, gepolijst natuursteen, staal en geprefabriceerde elementen. De koele uitstraling van deze materialen werd door latere generaties vaak weinig gewaardeerd.

### 3.4 DE LIJNBAAN, PROTOTYPE VAN HET NAORLOGS WINKELCENTRUM

Het meest invloedrijke en bekende voorbeeld van een winkelcentrum in Nederland werd, in tegenstelling tot het gros van de naoorlogse winkelcentra, niet gebouwd in een uitbreidingswijk maar in het verwoeste stadshart van Rotterdam. De Lijnbaan is in opzet, programma, plattegrond en vormgeving uniek gebleken - ook in Amerika werd het ontwerp opgemerkt - en wordt daarom hier als case besproken.<sup>54</sup>

Vlak na de bevrijding heeft men in kringen van kleine winkeliers in Rotterdam een eigen winkelkwartier voor ogen. Enkele honderden ondernemers willen meedoen. Ir. C. van Traa, hoofd van het Adviesbureau Stadsplan Rotterdam (ASRO), is bang dat zo'n samenballing van winkels in één gebied ongunstig zou zijn voor de vestiging van winkels elders in de stad. Samen met vertegenwoordigers van het ASRO en architecten wordt het idee van een verzamelgebouw voor winkels verder uitgewerkt.

Uitgangspunt voor de herbouw van de binnenstad was het Basisplan dat in 1946 werd gepresenteerd. Het plan is een eenvoudig rasterplan waarin binnen het stadscentrum uiteenlopende functies als kantoren, winkels en uitgaansgelegenheden, zoveel mogelijk bij elkaar in de buurt worden gesitueerd. Gebouwen voor het bestuur, de overheidsdiensten en handel worden geconcentreerd aan de Coolsingel. Dienstverlenende bedrijven die aan de rivier en de haven gerelateerd zijn, worden ondergebracht in de oude binnenhavens. Gebouwen voor cultuur en vermaak vestigen zich dicht bij elkaar aan een nieuw ontworpen Schouwburgplein. Op deze manier ontstaat een indeling in functionele zones, die begrensd worden door brede boulevards en smalle winkelstraten. De verschillende verkeersstromen zoals voetgangers, fietsers, automobielen en trams worden zoveel mogelijk van elkaar gescheiden. Deze functionele uitgangspunten impliceren een radicale verandering van het stratenpatroon en de schaal van de bebouwing. Door nationale regelingen voor onteigening en herbouwplicht wordt het mogelijk een nieuwe stadskern te ontwerpen die slechts op een aantal plekken rekening dient te houden met de vooroorlogse stedenbouwkundige structuur en resterende bebouwing.

<sup>53</sup> Fledderus, 1957, p. 44

<sup>54</sup> De Lijnbaan is bijvoorbeeld afgebeeld in Gruen en Smith, 1960

Aangezien voor de oorlog al een westwaartse verschuiving van centrumfuncties is te zien, wordt ten westen van de Coolsingel het nieuwe winkelgebied geprojecteerd. In het Basisplan zijn in dit gebied vijf bouwblokken getekend, bestaande uit twee u-vormige stroken met winkels op de begane grond. Een obstakel voor de totstandkoming van deze blokken vormen de kantoren en de woningen op de verdiepingen. De armlastige winkeliers willen en kunnen niet investeren in de extra bouwlagen. Met het succes van de lage noodwinkels in het achterhoofd en de collectieve initiatieven voor bedrijfsverzamelgebouwen die tegelijkertijd in Rotterdam worden ontwikkeld, ontstaat een opmerkelijke samenwerking tussen winkeliers, architecten, overheidsinstaties en financiers. Nadat het idee op het ASRO tot in details is uitgewerkt, presenteren de architecten J.H. van den Broek en J.B. Bakema op 4 april 1949 de eerste tekeningen. Van den Broek is vanaf het begin bij het project betrokken en ziet hierin een kans om zijn vernieuwende ideeën over wonen en winkelen in het stadscentrum verwezenlijken. Zijn opvattingen zijn deels geënt op ervaringen die hij heeft opgedaan in de Verenigde Staten.<sup>55</sup> Het revolutionaire concept van de Lijnbaan is het functioneel en ruimtelijk scheiden van winkels, woningen en verkeersstromen. De winkels zijn gesitueerd in lage stroken ter weerszijden van twee haaks op elkaar geplaatste, autovrije promenades. De woningen zijn in schijfvormige galerijflats ondergebracht rondom groene binnenhoven. De winkels worden via expeditiestraten aan de achterzijde bevoorrad, zodat het winkelend publiek niet gestoord wordt door leveranciers. Aan de voorzijde worden de winkels onderling verbonden door doorgaande luifels (afbeelding 3.9).

---

<sup>55</sup> Broek, 1948, p. 259-260

AFBEELDING 3.9  
LIJNBAAN ROTTERDAM



Het ontwerp van de winkelstroken is gebaseerd op een stramien van 1,1 meter waarmee verschillende breedtes mogelijk zijn. De constructie bestaat uit een skeletbouw van gewapend beton, waarbij gebruik is gemaakt van geprefabriceerde elementen. Naast het standaardtype met een kelder, een begane grond en een verdieping, ontwerpen Van den Broek en Bakema verschillende indelingsvarianten met tussenverdiepingen en vides. De puien van de winkels zijn door de ondernemers zelf in te delen. Van den Broek en Bakema proberen de winkeliers zoveel mogelijk te overtuigen van het belang van een open karakter, zodat de winkel en de openbare ruimte als het ware in elkaar overlopen. Uniformiteit in het ontwerp is bereikt door de luifels en de overkappingen bij de kruisingen met de zijstraten en halverwege de stroken. Deze hebben niet alleen een functie beschutting tegen zon en regen, maar ook als overgangselementen tussen de ruimte buiten en binnen. Met de Lijnbaan wordt afgerekend met de vooroorlogse, smalle winkelstraat met zijn smalle, benauwde profiel. Het naoorlogse ideaal is een voetgangerszone die breed en licht is. “De schaal van de stad zal zichtbaar en voelbaar blijven voor hen, die in het winkelcentrum vertoeven”<sup>56</sup>. De inrichting van de openbare ruimte is ontworpen in aansluiting op de maatvoering van de architectuur en nodigt uit om te flaneren. “De bewegende consument is het verbindende element in de totale compositie en de architectuur wordt gebruikt om die beweging te conditioneren”<sup>57</sup>.

In 1953 wordt de Lijnbaan officieel geopend en het is vanaf het begin een enorm succes bij het winkelend publiek en bij het (internationale) vakpubliek dat in grote getale naar Rotterdam komt om dit wonder van de wederopbouw te aanschouwen. Het concept van de Lijnbaan is zo sterk dat het tot in de jaren zeventig als voorbeeld wordt gebruikt bij het ontwerp van naoorlogse winkelcentra in Nederland.

### 3.5 ONTWIKKELINGEN NA 1965

Veel winkelcentra werden al gepland rond 1960, maar de bouw van winkelcentra door heel Nederland kwam pas goed op gang na 1965. In 1971 kon de Stichting Ontwikkelingsbureau Winkelcentra een boek vullen met 28 winkelcentra waaraan de Stichting had meegewerkt in de vier jaar daarvoor. De Stichting werkte daarbij samen met de Bijenkorf, C&A, V&D en de Nederlandsche Middenstands Financierings Maatschappij (een dochterinstelling van de Nederlandsche Middenstandbank). De ontwikkelingen in de detailhandel gingen rond 1970 snel, soms waren winkelcentra al verouderd als ze nog maar net waren opgeleverd. Voor de stichting was de doelstelling “de noodzakelijke uitbouw van het detailhandelsapparaat te begeleiden zonder bestaande vestigingen onnodig aan te tasten”<sup>58</sup>. In 1981 publiceerde het Centraal Instituut Midden- en Kleinbedrijf (CIMK) voor zijn leden het jaarlijkse overzicht van winkelpanden die in voorbereiding waren of die sinds 1980 waren opgeleverd: de lijst bestond uit 130 winkelcentra,

---

<sup>56</sup> C. van Traa geciteerd in: Wahl, 2004, p. 246-266

<sup>57</sup> Baten, 1995, p. 47

<sup>58</sup> Stichting Ontwikkelingsbureau Winkelcentra, 1971

variërend van buurtwinkelcentra tot grootschalige stedelijke winkelcentra. Op de lijst kwamen bijvoorbeeld winkelcentra voor in de groeikernen Purmerend en Zoetermeer, wijkwinkelcentra in uitbreidingswijken als Utrecht Lunetten, de Lindenholt in Nijmegen en de Amsterdamse Bijlmermeer, buurtwinkelcentra in plaatsen als Weststellingwerf, Goes en Weert, maar ook de derde fase van het regionale winkelcentrum Leidschenhage.<sup>59</sup> Het fenomeen winkelcentrum zat achteraf gezien in de wederopbouwperiode in een ontwikkelingsfase: de explosie van winkelcentra in Nederland moest nog komen.

De grootschalige stadssaneringsoperaties, waar het Utrechtse Hoog Catharije het beste voorbeeld van is, stuitte aan het eind van de jaren zestig vaker op maatschappelijke weerstand. Toch wist het projectteam, waar een projectontwikkelaar, het stadsbestuur, de Nederlandse Spoorwegen en de Jaarbeurs in vertegenwoordigd waren, het multifunctionele bouwproject tussen 1962 en 1973 te realiseren. Behalve een winkelcentrum bevatte Hoog Catharije ook een treinstation, busstation, een kantorencomplex, woningen, horeca en parkeergarages rond een stelsel van voetgangersstraten, wegen en pleinen. In commercieel opzicht was het winkelcentrum van Hoog Catharije een succes maar vanwege de weinig gevoelige architectonische uitwerking, de grote schaal en de consequenties voor het historische stadshart oogstte het project maatschappelijk gezien weinig waardering.<sup>60</sup>

Na 1965 ontstonden verschillende varianten van de typologie van het winkelcentrum. De meubelboulevard bijvoorbeeld als concentratie van gelijksoortige winkels werd aan het eind van de twintigste eeuw populair. Rotterdam Alexandrium en Villa Arena in Amsterdam Zuidoost zijn daar recente voorbeelden van. Autoshowrooms lijken steeds groter en luxueuzer te worden. Verder worden bestaande gebouwen heringericht als winkelcentra, zoals Magna Plaza in Amsterdam, en ontstaan outletcentra als Bataviastad in Lelystad. Bovendien worden in de jaren negentig veel binnenstedelijke winkelgebieden heringericht om meer eenheid te scheppen, het voorzieningenniveau te verhogen en de toegankelijkheid te verbeteren. Het meest verregaande project in die categorie is de aanleg van de Marikenstraat in de binnenstad van Nijmegen.

In de jaren tachtig, en vooral in de jaren negentig was de algemene interpretatie van de begrippen gezelligheid en sfeer zodanig veranderd dat het grootste deel van de winkelcentra die in de periode 1940-1965 waren gebouwd op de schop ging of op zijn minst een restyling onderging. Daarbij werd het centrum meestal overkapt, werd meer kleur en sierbestrating aangebracht, het straatmeubilair vervangen en hier en daar werden wanden van prefab elementen of beton alsnog bekleed met metselwerk. Soms werden de winkelcentra afgesloten buiten winkeltijden.

De detailhandel is een heel dynamische wereld, waarin het onroerend goed als een zeer statisch deel van het bedrijf geldt. De directeur van de Algemene Bouwcentrale ABC in Amstelveen pleitte in 1962 al bij het bouwen van

<sup>59</sup> CIMK, 1981

<sup>60</sup> Hoog Catharije (themanummer), 1964, p. 133-165

winkelcentra voor “het toepassen van snel afschrijfbaar en dus minder permanente bouwwijzen. Wij hebben voldoende knappe architecten en bruikbare materialen om semi-permanente gebouwen esthetisch verantwoord te laten zijn in het kader van een shopping centre”<sup>61</sup>. Hoewel de meeste winkelcentra - met uitzondering van de noodwinkels van direct na de oorlog - niet als tijdelijke bouwwerken bedoeld waren, werden ze binnen een paar decennia wel rigoureus verbouwd. Het is daarom lastig om nog ‘gave’ voorbeelden van winkelcentra uit de wederopbouwperiode te vinden. En als ze er nog zijn, zoals winkelcentrum De Wijkerbaan in Beverwijk - dat compleet met kunstwerken en lichtreclames nog in een redelijke staat lijkt te verkeren - staat er een bord bij met de tekst: “Winkelcentrum maakt zich op voor de toekomst”.

---

<sup>61</sup> ‘Decentralisatie ...’, 1962, p. 909

---

## Hoofdstuk 4 Preselectie en toetsing

---

### 4.1 BRONNEN

Uit de groslijst van objecten is met de in paragraaf 4.2 beschreven criteria een eerste selectie gemaakt van de meest behoudenswaardige winkelcentra die uit de literatuur en parate kennis van de betrokkenen naar voren zijn gekomen. Deze zogenaamde ‘preselectie’ heeft nadrukkelijk géén juridische status, maar dient als basis voor vervolgonderzoek en verdere beoordeling in het veld. Naast de preselectie is ook een lijst samengesteld van winkelcentra waar te weinig over bekend is om ze te preselecteren, maar die mogelijk interessant kunnen zijn: de ‘vraagtekens’.

Voor de totstandkoming van de preselectie en de vraagtekenlijst is gebruik gemaakt van bouw tijdschriften uit de periode 1940-1965. Hierbij gaat het om de tijdschriften *Bouw*, *Bouwkundig Weekblad*, *Katholiek Bouwblad/Wonen TABK*, *Publieke Werken* en *Forum*. Daarnaast is (beeld-)materiaal verkregen uit boeken, brochures, veldwerk en via internet. In totaal zijn er 84 winkelcentra in de databank opgenomen uit de periode 1940-1965.

### 4.2 WAARDERINGSCRITERIA

Bij het opstellen van de selectiecriteria is gebruik gemaakt van de handleiding die voor het Monumenten Selectie Project (MSP) van de Rijksdienst voor de Monumentenzorg werd opgesteld. Deze criteria zijn nog altijd valide en blijken (zij het enigszins aangepast en gespecificeerd, zie bijlage 3) ook toepasbaar op de architectuur en stedenbouw uit de naoorlogse periode. Objecten uit de wederopbouwperiode kunnen evenals gebouwen van vóór 1940 worden gewaardeerd en geselecteerd op basis van de volgende waarden:

- Cultuurhistorische waarde
- Architectuur- en kunsthistorische waarde
- Stedenbouwkundige en ensemblewaarde
- Gaafheid / herkenbaarheid
- Zeldzaamheid

De stedenbouwkundige- en ensemblewaarde van een winkelcentrum valt in sommige gevallen alleen ter plaatse volledig op waarde te schatten. Ook de criteria ‘gaafheid’ en ‘zeldzaamheid’ kunnen voor de categorie winkelcentra op dit moment geen uitsluitsel bieden aangezien er nog geen uitputtend veldbezoek heeft plaatsgevonden en er dus nog niet van alle complexen bekend is in welke staat zij verkeren.

De huidige preselectie is dus met name gebaseerd op de cultuur-, architectuur- en kunsthistorische waarden. Zo kan een winkelcentrum bijvoorbeeld van belang zijn binnen het oeuvre van een bepaalde architect, kan er sprake zijn van een bijzondere organisatie van de winkels ten opzichte van elkaar, of kan er veel aandacht aan de inrichting van de openbare ruimte zijn besteed. Daarbij is ook gelet op (monumentale) kunstwerken die deel uitmaken van het oorspronkelijke ontwerp.

Het bestuderen van de verschillende tijdschriften heeft een beeld gegeven van de aandacht die aan bepaalde architecten en gebieden werd besteed. Hieruit blijkt dat redacties voornamelijk gericht waren op bijvoorbeeld het westen des lands (alle tijdschriften) of avant-gardistische architectuur (*Forum*).

### 4.3 SELECTIEMETHODE

Bij het maken van de preselectie hebben de gegevens (met name foto's en schetsen) uit de literatuur gediend als basis voor het samenstellen van een 'longlist' van 84 voorbeelden van de gebouwcategorie winkelcentra. Met de vergaarde kennis en de selectiecriteria in het achterhoofd is hieruit vervolgens een preselectie gemaakt van meer representatieve voorbeelden. Deze voorlopige preselectie is vervolgens voorgelegd aan de leden van de begeleidingscommissie, die vanuit hun specifieke kennis tijdens een gezamenlijke bijeenkomst met een lid van het projectteam Wederopbouw en de externe onderzoekers de preselectie hebben opgesteld. Deze is niet definitief, en kan dus door voortschrijdend inzicht en kennis gemotiveerd worden uitgebreid of ingekort.

De categorie winkelcentra is een zeer dynamische categorie. Commerciële gebouwen in het algemeen en winkelcentra in het bijzonder worden vaak veranderd, verbouwd, aangevuld of (gedeeltelijk) vervangen. In het kader van dit onderzoek was niet altijd te achterhalen in welke staat de geselecteerde winkelcentra verkeren. Daarom is een lijst gemaakt van 13 'toppers', dat wil zeggen winkelcentra die in principe het behouden waard zijn.

Daarnaast is een lijst van 13 'vraagtekens' ontstaan: over die winkelcentra is nog zo weinig bekend, dat ze met een vraagteken op de lijst zijn blijven staan omdat ze in potentie interessant zijn. Maar in dit stadium konden noch de onderzoekers noch de experts uitsluitend geven over hun huidige staat of belang. Archief- en veldonderzoek is vereist om meer over deze objecten te kunnen zeggen.

### 4.4 VOORBEELDEN UIT DE PRESELECTIE

Bij de preselectie is typologisch onderscheid gemaakt tussen winkelcentra enerzijds en winkelstraten, warenhuizen en losse winkels anderzijds. Zoals reeds in de inleiding werd betoogd, is het winkelcentrum in dit onderzoek gedefinieerd als een zelfstandig complex dat als eenheid is ontworpen rondom een voetgangersgebied, meestal als onderdeel van een uitbreidingsplan en in enkele gevallen als onderdeel van een bestaand stadscentrum. Het

is een concentratie van winkels met eventueel aanvullende voorzieningen, waarbij het winkelen de belangrijkste functie is.

In totaal zijn voorlopig 13 van de 85 winkelcentra uit de wederopbouwperiode in de preselectie opgenomen. Weliswaar blijkt uit de beschrijvingen welke winkelcentra als uitzonderlijk kunnen worden aangemerkt, maar pas wanneer het veldwerk heeft plaatsgevonden zal duidelijk zijn hoeveel en welke gebouwen of complexen nog in grotendeels oorspronkelijke vorm bestaan. Aangezien nog niet van alle winkelcentra bekend is in welke toestand deze momenteel verkeren, is bij het maken van de preselectie nog geen keuze gemaakt tussen (min of meer) vergelijkbare winkelcentra. Wanneer na toekomstig veldwerk de definitieve selectie plaatsvindt, moet worden gelet op een evenwichtige vertegenwoordiging van architectuurstromingen, architecten en gemeenten of provincies.

Om een beeld te geven van de preselectie is in chronologische volgorde een drietal winkelcentra met afbeelding opgenomen.



AFBEELDING 4.1

OVERZICHT ALMELOPLEIN,  
DEN HAAG

<b>Object</b>	Winkelcentrum Almeloplein
<b>Objectcode</b>	WIND0008
<b>Locatie</b>	Wijk Morgenstond
<b>Plaats, gemeente</b>	's-Gravenhage, 's-Gravenhage
<b>Architect</b>	Gem. Woningdienst / F. Ottenhof
<b>Bouwjaren</b>	1952-1956

#### **Cultuurhistorische waarde**

- Vanwege centrale ligging in de wijk

#### **Architectuur- en kunsthistorische waarde**

- Vanwege een van de vroege werken van de Haagse architect F. Ottenhof, die actief betrokken was bij de ontwikkeling van de wijk Morgenstond
- Vanwege de kwalitatieve samenhang tussen de hoofdbebouwing ter weerszijden van de Hengelolaan en de losse paviljoens op het plein (hoewel de oorspronkelijke paviljoens vervangen zijn)

#### **Stedenbouwkundige- en ensemblewaarde**

- Vanwege de situering volgens de stedenbouwkundige principes van Dudok



AFBEELDING 4.2  
WINKELCENTRUM BERGEN

<b>Object</b>	Winkelcentrum
<b>Objectcode</b>	WIND0001
<b>Locatie</b>	Breelaan
<b>Plaats, gemeente</b>	Bergen, Bergen
<b>Architect</b>	Van den Broek en Bakema, project-architect H. Klopma
<b>Bouwjaren</b>	1955-1964

#### **Cultuurhistorische waarde**

- Als onderdeel van een saneringsoperatie rondom het voormalige station van Bergen

#### **Architectuur- en kunsthistorische waarde**

- Vanwege de typologische vernieuwing
- Vanwege de betekenis voor het oeuvre van de architecten Van den Broek en Bakema, als vernieuwers van de naoorlogse winkelcentra

#### **Stedenbouwkundige- en ensemblewaarde**

- Vanwege het belang voor het aanzien van het dorps hart van Bergen
- Als gaaf bewaard voorbeeld van een vroeg naoorlogs winkelcentrum
- En in die zin van een hoge zeldzaamheidswaarde



AFBEELDING 4.3  
WINKELCENTRUM LEIDSEN-  
HAGE, LEIDSCHENDAM

<b>Object</b>	Winkelcentrum Leidsenhage
<b>Objectcode</b>	WIND0013
<b>Locatie</b>	Noordsingel/Burgemeester Banninglaan/Heuvelweg
<b>Plaats, gemeente</b>	Leidschendam,
<b>Architect</b>	Groosman Partners
<b>Bouwjaren</b>	1961-1972

#### **Cultuurhistorische waarde**

- Als voorbeeld van een regionaal winkelcentrum of stadsdeelcentrum
- Vanwege voorbeeld van de sociaal-economische ontwikkeling van de jaren zestig met de groeiende automobilititeit

#### **Architectuur- en kunsthistorische waarde**

- Wegens de typologische vernieuwing van het winkelcentrumconcept
- Vanwege het oeuvre van de architect Groosman, die vroegtijdig de betekenis van winkelcentra voor het architectenvak inzag

- Vanwege de samenhang tussen de verschillende onderdelen en de inrichting van de openbare ruimte (ook na de recentelijke verbouwing)

#### **Zeldzaamheid**

- De grootschaligheid

### **4.5 CONCLUSIES**

Het winkelcentrum is een zeer dynamisch bouwtype gebleken. Was er direct na de oorlog nog met name sprake van winkels onder woongebouwen, in de jaren vijftig ontwikkelde zich het winkelcentrum als zelfstandig complex in hoog tempo. In de jaren zestig verschenen steeds meer buurt-, wijk-, stadsdeel- en stadswinkelcentra en zelfs regionale winkelcentra. Het winkelcentrum weerspiegelde de optimistische levenshouding van de welvarende consument in de hoogconjunctuur. In de periode 1965-2000 verzelfstandigde het bouwtype zich en ontstonden er ook verwante fenomenen als het *outlet center* en de autoshowroom.

Architecten en stedenbouwkundigen hielden zich in de wederopbouwperiode weinig met het winkelcentrum als ontwerpogave bezig. Het leek alsof de meeste ontwerpers het accommoderen van de winkelende consument in maatschappelijk opzicht als een ondergeschikte opgave zagen; zij hielden zich vooral bezig met het oplossen van de woningnood, het ontwerpen van zorginstellingen, scholen en representatieve gebouwen.

Degenen die zich wel voor het winkelcentrum interesseerden, komen in het onderzoek dan ook vaak terug: H.D. Bakker, J.B. Bakema, J.H. van den Broek, Rein Fledderus, Ernest Groosman en enkele anderen zagen het winkelcentrum wel als belangrijk bouwtype en kregen derhalve ook veel opdrachten. Dat werd tegen het eind van de twintigste eeuw wel anders, toen kregen juist bekende bureaus opdracht om grote winkelcentra te verbouwen of nieuwe te ontwerpen.

De winkelcentra uit de periode 1940-1965 die in de contemporaine en recente literatuur zijn beschreven, zijn vaak nauwelijks meer herkenbaar. Door de snelheid waarmee commerciële opvattingen veranderen, is de detailhandel genoodzaakt met de tijd mee te gaan en veranderen winkelpanden en -centra regelmatig. Daarom lijkt het bouwtype zich als het ware aan de traditionele monumentenzorg te onttrekken. Om duidelijker vast te kunnen stellen welke centra het meest representatief zijn voor de periode en nog in redelijke staat verkeren, is dan ook uitgebreid veldwerk nodig en indien mogelijk ook aanvullend archiefonderzoek.



---

BIJLAGE 1 LITERATUUR	49
BIJLAGE 2 AFBEELDINGEN	53
BIJLAGE 3 WAARDERINGSKRITERIA	54
BIJLAGE 4 OBJECTENLIJST EN PRESELECTIE	56
BIJLAGE 5 WEDEROPBOUW DATABANK	61



## Bijlage 1 Literatuur

- Andela, Gerrie en Cor Wagenaar (red.), *Een stad voor het leven; wederopbouw Rotterdam 1940-1965*, Rotterdam, 1995
- ANWB, *Winkelen met de auto en te voet*, Den Haag, 1964 (brochure)
- Bakema, J.B., 'Winkelcentrum te Bergen', *Bouwkundig Weekblad* (1963) p. 31-35
- Baker, G., *Shopping Centers, design and operation*, New York, 1951
- Baten, Jean-Paul, *Een telefooncel op de Lijnbaan; de traditie van een architectenbureau M. Brinkman, Brinkman en Van der Vlugt, Van den Broek en Bakema*, Amsterdam, 1995
- Beek, J. van der (red.), *Architectuurgids Groningen 1900-1990*, Groningen, 1990
- 'Belgische en Nederlandse gemeentebestuurders over de problematiek van het winkelcentrum. Benelux-gemeentekonferentie in Luik scherpt de gedachten', *Bouw* (2-6-1962) nr. 22, p. 798-800
- Berlage, H.P. (red.), 'Winkels en winkelpuien', *Moderne Bouwkunst in Nederland*, Rotterdam, 1933 (deel 9)
- Bijhouwer, J.T.P., 'Auto en shopping centre', *Bouw*, 1953, p. 730-732
- Bleij, Ed en Marlite Halbertsma, *Beelden tegen de puin; oorlogsmonumenten en monumentale kunst in Rotterdam 1940-1955*, Rotterdam, 1994
- Blijstra, R., 'Het winkelcentrum als stedenbouwkundig probleem', *TABK* (juni 1968) nr. 13, p. 315-324
- Blijstra, R., 'Winkelcentrum Waldeck een van de meest doordachte in onze stad', *Haagsche Courant*, 27-8-1968
- Bosma, H. et al., *Buitenveldert 1958-1998-2008. De ontwikkeling van een stadswijk*, Amsterdam, 1998
- Breejen, R. den, 'Controversiële punten bij winkelplanning', *Bouw* (2-9-1972) nr. 36, p. 1133-1134
- Broek, J.H. van den, 'Nieuwe winkels en warenhuizen in Amerika', *Bouw*, 1948, p. 259-260
- Buijter, Hans, *Hoog Catharijne, de wording van het winkelhart van Nederland*, Utrecht, 1993
- Cammen, H. van der en L.A. de Klerk, *Ruimtelijke ordening; van plannen komen plannen*, Utrecht/Antwerpen, 1986
- CIMK, *Overzicht winkelcentra*, Diemen, 1981
- Clerq Zubli, P.J. de en S.V. Kandhekar, 'Aanpassing winkelcentra in architectonisch-stedenbouwkundig perspectief', *De Architect*, 1987 (themanummer 29: Winkelcentra), p. 14-19
- Commissie Opvoering Produktiviteit van de Sociaal-Economische Raad (studiegroep Detailhandel), *Moderne Winkelcentra*, 's-Gravenhage, 1962 (rapport)
- 'Congres van zelfbedieningsbedrijven', *Bouw*, nr. 43, 1959, p. 1213
- Croon, W.J., 'Boekbespreking Moderne Winkelcentra', *Stedenbouw en Volkshuisvesting*, 1963, p. 57-58
- 'Decentralisatie van winkelapparaat noodzakelijk. Wegverkeersdag K.N.A.C.', *Bouw* (23 juni 1962) nr. 25, p. 908-909
- Dreesmann, A.C.R., *Evolutie en expansie. Een onderzoek naar de samenhang van vorm, functie en prijspolitiek in de detailhandel, inzonderheid bij het grootbedrijf*, Amsterdam, 1963

- Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, *Hoe nieuwe winkelcentra functioneren; Bergen op Zoom, Maassluis, Dordrecht, Katwijk aan Zee, 's-Gravenhage* 1970
- Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, *Nieuwe winkelcentra in Nederland 1972, statistische gegevens. Een inventarisatie per 1 september 1972 van winkelconcentraties in woongebieden tot stand gekomen na 1945, 's-Gravenhage*, 1973
- Edens, Catja en Bettina van Santen, *Gids voor architectuur en stedenbouw in Utrecht, 1900-2005*, Bussum, 2004
- Fledderus, Rein H., *Over winkels*, Amsterdam, 1957
- Fledderus, Rein, 'Over winkelcentra', *Publieke Werken*, 1964 (2), p. 19-25
- Galema, Wijnand en Gaby Hutjes, *E.H. Kraaijvanger (1899-1978)*, *H.M. Kraaijvanger (1903-1981)*, Rotterdam, 2000
- Gantvoort, J.T. *Winkelcentrum versus stadscentrum; verslag van een in 1967 gehouden vergelijkend onderzoek in het Haagse stadscentrum en in het winkelcentrum 'In de Boogaard' te Rijswijk*, Delft, 1969
- Geest, Joosje van, *S.J. van Embden*, Rotterdam, 1996
- Groosman, E.F., 'Moeilijk te verzoenen – moeilijk te voorspellen', *Bouw* (21-12-1968) nr. 51, p. 2084-2088
- Groosman, E.F., 'Winkelcentrum en verzamelgebouw', *Bouwkundig Weekblad* (1962) nr. 9, p. 194-197
- Groosman, E.F., 'Winkelcentrum te Middelburg', *Bouw* (21 augustus 1965) nr. 34, p. 1253
- Groosman, E.F., 'Winkelcentrum te Nijmegen', *Bouw* (12 maart 1966) nr. 11, p. 380
- Groosman, E.F., 'Winkelcentrum te 's Gravenhage', *Bouw* (7 juli 1962) nr. 27, p. 976
- Groosman, E.F., 'Winkelcentrum te Tilburg', *Bouw* (3 december 1966) nr. 49, p. 2002
- Groosman Partners, 'Winkelcentrum 'De Weerd' te Doorwerth', *Bouw* (19 januari 1974) nr. 3, p. 61-63
- Gruen, V., 'Retailing and the automobile', *Architectural Record* (maart 1960) nr. 127, p. 192-210
- Gruen, V. en L. Smith, *Shopping Towns U.S.A.*, New York, 1960
- Haccoû, J.F., *Mogelijkheden voor centrumvorming met behulp van een shopping center in Amsterdam-Noord: rapport uitgebracht aan de Vereniging van Bedrijven in Amsterdam-Noord*, Amsterdam, 1960
- Hekkema, Herma en Rita Overbeek, *Art Nouveau-architectuur in Groningen*, Groningen, 1988
- Hellinga, Helma, Dorine van Hoogstraten en André van der Velden, *E.F. Groosman (1917-1999). Bouwer met grenzeloze ambities*, Uitgeverij 010, Rotterdam, 2001
- 'Hoog Catharijne (themanummer)', *Stedebouw en Volkshuisvesting*, jrg. 45 (mei 1964) nr. 5, p. 133-165
- Ibelings, Hans (red.), *Van den Broek en Bakema; 1948-1988 architectuur en stedenbouw*, Rotterdam, 2000
- Jansen, Bregit (et.al.), *Pendrecht, cultuurhistorische analyse en beschrijving (1948-1958)*, Rotterdam, 2004 (rapport)
- Keesen, S.P.M., *Revolutionaire distributie in U.S.A. en Zweden; shoppingcenters, supermarkten en discounters ook in Nederland?*, Amsterdam, 1963
- Ketchum, Morris, jr., *Shops & Stores*, New York, 1957
- Kok, R., 'Plaats en functie van het moderne winkelcentrum', *TABK* (juni 1968) nr. 13, p. 307-315
- Kok, R., 'Woningwetwinkels in nieuwe stadswijken', *Stedebouw en Volkshuisvesting* (1954) p. 46-50
- Kooijman, D.C., *Machine en theater: ontwerpconcepten van winkelgebouwen*, Rotterdam, 1999

- 'Kopen en knopen. Aanpassen van onze steden aan de welvaart van morgen', *Bouw* (16 juni 1962) nr. 24, p. 878-879
- Kuipers, Marieke (red.), *Toonbeelden van de wederopbouw. Architectuur, stedenbouw en landinrichting van herrijzend Nederland*, Zwolle, 2002
- Leicher, Job en Bonnen de Jonge, 'Winkelcentra in de Verenigde Staten en Canada', *Bouw* (16-12-1972) nr. 51, p. 1644
- Luijckx, A.W., *Winkelcentrum. Van markt tot shopping center*, Amsterdam, 1963
- Luijckx, A.W. en P.H.J.F.Th. Schnellen, 'Aanspraken detailhandel bij de bouw van winkelcentra', *Bouw* (21-12-1968) nr. 51
- Maas, H.P.C., 'De ontwikkeling van winkelprojecten', *Bouw* (21-12-1968) nr. 51, p. 2082-2083
- MacKeith, Margaret, *The history and conservation of Shopping Arcades*, London, 1986
- Meurs, Paul, *De moderne historische stad; ontwerpen voor vernieuwing en behoud, 1883-1940*, Rotterdam, 2000
- Mulder, K. 'Winkelplanning', *Bouw* (17-2-1960) nr. 9, p. 250-256
- Nicolai, C., 'De aansluiting van straat en interieur', *TABK* (juni 1968) nr. 13, p. 325-327
- 'Nog dit jaar eerste stap naar nieuw wijkcentrum in Middelburg-Zuid', *Provinciale Zeeuwse Courant*, 23-6-1970
- 'Onderzoek naar vestigingen in de groene weide', *Bouw* (9-11-1974) nr. 45
- 'Overheidssteun voor verbetering winkelcentra', *Bouw* (20/27-7-1974) nr. 29/30, p. IV
- 'Para's, petjes, vlaggen en ballonnen bij opening van Holiërhoek', *Het Vrije Volk*, 20-2-1970
- 'Problemen van stadsuitbreiding en winkelvoorziening. Studiereis naar de Verenigde Staten van Amerika inzake shoppingcenters', *Bouw* (10-6-1961) nr. 23, p. 726-727
- Raad voor het Grootwinkelbedrijf, *Bouw van grote winkelcentra*, Amsterdam, 1970
- Rijssen, J. van, 'Middenstand in nieuwe wijken', *Bouw* (21-12-1968) nr. 51
- Rodermond, Janny, 'Revitalisering verouderde winkelcentra noodzakelijk; werk aan de winkel', *De Architect*, 1987 (themanummer 29, Winkelcentra), p. 12-13
- Rubinstein, G.B., 'Vlaardingen bouwde in tien jaar voor 22.000 nieuwe inwoners 7.368 woningen', *Bouw* (15-11-1958) nr. 46, p. 1202-1206
- Sluys, F. Van der, 'Reisindrukken: moderne winkelcentra en stadsverval', *Publieke Werken*, 1964 (2), p. 14-18
- Smith, P.E., *Shopping centres, planning and management*, New York, 1958
- Smits, J.C.M., 'Warenhuizen en middenstandsbedrijven werken samen op gebied van investeringen', *Bouw* (21-12-1968) nr. 51, p. 2075-2077
- Smitshoek, L., 'De behoefte aan winkels buiten winkelcentra', *Bouw* (21-12-1968) nr. 51,
- 'Spiegel van de week', *Bouw* (31-3-1962) nr. 13, p. 437
- 'Stadsdeelcentrum - nieuw woord in de terminologie van de winkelcentrum-bouwer', *Bouw*, nr. 13 (31 maart 1962) p. 464-465
- Stichting Ontwikkelingsbureau Winkelcentra, *Samengewerkt. Vier jaar ontwikkeling en bouw van winkelcentra van en door de detailhandel*, 1971
- 'Studiedag over winkelcentra in het Bouwcentrum', *Bouw* (30 juni 1962) nr. 26, p. 945-947
- Studiegroep Detailhandel, Commissie Opvoering Produktiviteit van de Sociaal-Economische Raad, *Rapport Moderne Winkelcentra*, 's-Gravenhage, 1962
- Taverne, Ed, 'De Lijnbaan, prototype van een na-oorlogs winkelcentrum', *De Architect*, 1987 (themanummer 29, Winkelcentra), p. 22-27

- Teychiné Stakenburg, A.J., *Beeld en beeldenaar, Rotterdam en K.P. van de Mandele*, Rotterdam, 1979
- Urban Land Institute, *Shopping Center Development Handbook*, Washington, 1985
- Valentijn, Dick (red.), *De wederopbouw. Haagse gids voor architectuur en stedenbouw in de periode 1945-1965*, Den Haag, 2002
- 'Versterkte functie van buurt- en wijkwinkels', *Bouw* (11-11-1961) nr. 45, p. 1456
- Wahl, Amelie, 'De Lijnbaan in Rotterdam', *Rotterdams Jaarboekje*, 2004, p. 246-264
- Wiekart, K., 'De Rozelaar: architectuur in haar context', *NRC*, 20-9-1969
- 'Winkelcentrum Amstelveen', *Bouw* (22 april 1961) nr. 16, p. 509
- 'Winkelcentra in Zweden', *Bouw* (9-7-1960) nr. 28, p. 822-827
- Winkelcentrum Woensel*, z.l., z.j. (brochure)
- 'Winkelen moet een feest zijn voor de consument', *Leidsch Dagblad*, 23-3-1970
- 'Winkels en winkelpuien', *Moderne Bouwkunst in Nederland*, 1933 (deel 9)
- Zeijl, Gerard van der (red.), *Architectuur in Zuidoost Brabant*, Eindhoven, 1989

## Bijlage 2 Afbeeldingen

- Foto op titelblad: zie afbeelding 3.9
- 2.1 Meurs, Paul, *De moderne historische stad; ontwerpen voor vernieuwing en behoud, 1883-1940*, Rotterdam, 2000, p. 328
- 2.2 Kooijman, D.C., *Machine en theater: ontwerpconcepten van winkelgebouwen*, Rotterdam, 1999, p. 48
- 2.3 Kooijman, D.C., *Machine en theater: ontwerpconcepten van winkelgebouwen*, Rotterdam, 1999, p. 62
- 2.4 Kooijman, D.C., *Machine en theater: ontwerpconcepten van winkelgebouwen*, Rotterdam, 1999, p. 70
- 2.5 Galema, Wijnand en Gaby Hutjes, *E.H. Kraaijvanger (1899-1978), H.M. Kraaijvanger (1903-1981)*, Rotterdam, 2000, p. 30
- 2.6 Mignot, Claude, *Architecture of the 19<sup>th</sup> Century*, Keulen, 1994, p. 38
- 2.7 Kooijman, D.C., *Machine en theater: ontwerpconcepten van winkelgebouwen*, Rotterdam, 1999, p. 130
- 2.8 Bleij, Ed, Marlite Halbertsma, *Beelden tegen de puin; oorlogsmonumenten en monumentale kunst in Rotterdam 1940-1955*, Rotterdam, 1994, p. 26
- 2.9 Andela, Gerrie en Cor Wagenaar (red.), *Een stad voor het leven; wederopbouw Rotterdam 1940-1965*, Rotterdam, 1995, p. 79
- 3.1 Hellinga, Helma, Dorine van Hoogstraten en André van der Velden, *E.F. Groosman (1917-1999). Bouwer met grenzeloze ambities*, Uitgeverij 010, Rotterdam, 2001, p. 16
- 3.2 Fledderus, Rein H., *Over winkels*, Amsterdam, 1957, p. 8
- 3.3 Hellinga, Helma, Dorine van Hoogstraten en André van der Velden, *E.F. Groosman (1917-1999). Bouwer met grenzeloze ambities*, Uitgeverij 010, Rotterdam, 2001, p. 62
- 3.4 *Bouw*, 1961, p. 217
- 3.5 [www.hetutrechtsarchief.nl](http://www.hetutrechtsarchief.nl)
- 3.6 *De Wederopbouw, Haagse Gids voor architectuur en stedenbouw 1945-1965*, Den Haag, 2002, p. 56
- 3.7 *Bouw*, 1972, p. 1644
- 3.8 *Bouw*, 1964, p. 1710-1713
- 3.9 Archief Architectenbureau Van den Broek en Bakema, NAI, Rotterdam
- 4.1 Zie afbeelding 3.6
- 4.2 Archief Architectenbureau Van den Broek en Bakema, NAI, Rotterdam
- 4.3 Hellinga, Helma, Dorine van Hoogstraten en André van der Velden, *E.F. Groosman (1917-1999). Bouwer met grenzeloze ambities*, Uitgeverij 010, Rotterdam, 2001, p. 62

---

## Bijlage 3 Waarderingscriteria

---

### **CULTUURHISTORISCHE WAARDEN**

- Belang van het winkelcentrum als bijzondere uitdrukking van een culturele, sociaal-maatschappelijke en/of economische ontwikkeling (in casu een uiting van de toenemende welvaart, nieuwe vormen van vrijetijdsbesteding, bevolkingsgroei en de sociaal-economische ontwikkeling van een wijk, stad of regio);
- Belang van het winkelcentrum als bijzondere uitdrukking van een beleidsmatige en/of bestuurlijke ontwikkeling (in casu de wijkgedachte, een stadssaneringsoperatie, regionale ontwikkelingen of een bereikbaarheidsstreven dat tot uiting komt in situering, opzet en verschijningsvorm);
- Belang van het winkelcentrum wegens innovatieve waarde of pionierskarakter als bijzondere uitdrukking van een technische en/of typologische ontwikkeling (in casu de ontwikkeling van nieuwe typen winkelcentra, nieuwe constructiemethoden en de toepassing van nieuwe of bijzondere bouwmaterialen).

### **ARCHITECTUUR- EN KUNSTHISTORISCHE WAARDEN**

- Bijzonder belang van het winkelcentrum voor de geschiedenis van de architectuur (in casu een goed voorbeeld van een bepaalde stijl of bouwtrant, de bouwtechnische en typologische vernieuwing van de naoorlogse winkelcentrumbouw);
- Bijzonder belang van het winkelcentrum voor het oeuvre van een architect (in casu een ontwerper bij wie een bepaald winkelcentrum een bijzondere plaats inneemt in zijn oeuvre, dan wel een ontwerper die zich in het bijzonder op de bouw van winkelcentra heeft toegelegd);
- Belang van het winkelcentrum wegens de hoogwaardige esthetische kwaliteiten van het ontwerp (zoals een evenwichtige compositie van de verschillende onderdelen en de samenhang tussen de bebouwing en bijgebouwen of openbare ruimte, in casu paviljoens, eilandetalages, groenvoorziening en straatmeubilair);
- Belang van het winkelcentrum wegens de toegepaste monumentale kunst of bijzonder(e) kleur- en materiaalgebruik, zorgvuldige detaillering en/of constructiewijze.

### **STEDENBOUWKUNDIGE EN ENSEMBLEWAARDEN**

- Bijzondere betekenis van het winkelcentrum vanwege de situering als essentieel onderdeel van een ruimtelijk of stedenbouwkundig plan;
- Bijzondere betekenis van het winkelcentrum vanwege de ruimtelijke relatie met andere voorzieningen als kerken, scholen, wijk- of buurtcentra en openbaar groen;

- Bijzondere betekenis van het winkelcentrum voor het aanzien van een stad, stadsdeel, wijk, buurt of dorp (in casu een markant oriëntatiepunt of de symbolische betekenis van het winkelcentrum als brandpunt van een gebied);
- Bijzondere betekenis van het winkelcentrum vanwege de relatie tot de overige bebouwing van het plangebied waar het deel van uitmaakt (in casu de ensemble- of complexwaarde van het winkelcentrum).

**GAAFHEID / HERKENBAARHEID**

- Belang van het winkelcentrum wegens de architectonische gaafheid;
- Belang van het winkelcentrum wegens de gaafheid van de stedenbouwkundige setting of eg (in casu de herkenbaarheid van het oorspronkelijke concept en/of in relatie met de directe omgeving).

**ZELDZAAMHEID**

Belang van het winkelcentrum wegens cultuurhistorische, architectuurhistorische, stedenbouwkundige, bouwtechnische en/of typologische zeldzaamheid.

## Bijlage 4 Objectenlijst en preselectie

De voorgeselecteerde winkelcentra (preselectie) zijn in deze lijst grijs gearceerd. N.B.: deze lijst heeft géén juridische status.

Objectcode	Naam	Plaats	Buurt-wijk	Straat	Locatie
WIND0002	Macado Center	Alblasser-dam		Wilgen-plein	
WICJ0019	Winkelcen-trum	Amstelveen		Plein 1960	
WICJ0066		Amsterdam	Slotermeer	De Savornin Lohmans-straat	
WIND003	Winkelcen-trum	Amsterdam		Confuci-usplein	Westelijke tuinsteden
WICJ0071	Winkelcen-trum Osdorp	Amsterdam	Osdorp	Osdorp-plein	
WICJ0073		Amsterdam	Slotermeer	Burg. De Vlugtlaan	
WICJ0070		Amsterdam		Prinsen-gracht / Haarlem-merstraat	
WICJ0012	Winkelcen-trum	Apeldoorn			
WICJ0067	Winkelcen-trum Kerscho-ten	Apeldoorn	Kerscho-ten	Zwolse-weg	
WIND0004	Winkelcen-trum Presik-haaf	Arnhem	Presikhaaf		Laan van Presikhaaf/IJssellaan
WICJ0033	Singelstraat	Assen		Singel-straat	
WIND0001	Winkelcen-trum Bergen	Bergen		Breelaan	
WICJ0043	Winkelcen-trum	Bergen aan Zee			
WIND0005	Winkelcen-trum Wijker-baan	Beverwijk	Meeres-tein	Plesman-weg	Laan der Nederlan-den/Bullerl aan
WIND0006	Winkelcen-	Breda		Ignatius-	Beverweg

Objectcode	Naam	Plaats	Buurt- wijk	Straat	Locatie
	trum Brabant- park			straat	
WIND0007	Winkelcen- trum	Capelle aan den IJssel	Middel- Watering		
WICJ0031	Gebouw met winkelgalerij	Delft		Industrie- straat / Papsouw- selaan	
WIND0010	Winkelcen- trum Dieren	Dieren		Wilhelmi- naweg	Tellegen- laan/ Spanke- renseweg
WICJ0044	Winkelcen- trum	Dordrecht	Wielwijk		
WICJ0050	Winkelgalerij	Dordrecht		Johan de Wittstraat	
WICJ0037	Winkelflatge- bouw	Drachten			
WICJ0041	Winkelcen- trum Woensel	Eindhoven	Woensel		
WICJ0013	Winkelcen- trum	Eindhoven		18 September plein	
WICJ0063		Emmeloord		Lange Nering	
WICJ0065		Emmen		War- meerweg	
WICJ0064		Emmen		Meerstraat	
WICJ0057		Emmen		Nijkam- penweg	
WIND0026	Winkelcen- trum Over- winningsplein	Groningen	Corpus den Hoorn		
WICJ0053		Groningen	Korre- wegwijk	Florakade	
WICJ0049	Winkelcen- trum De Paddepoel	Groningen	Paddepoel		
WICJ0024	Winkelcen- trum	Haarlem	Delftwijk		
WICJ0056		Hengelo			
WICJ0005	De Telgen	Hengelo		Markt	
WICJ0045	Winkelcen- trum	Hoofddorp			
WICJ0020	Winkelstraat	Hoorn		Joh. Poststraat	
WICJ0023	Winkelcen-	Leeuwarden	Heechterp		Groninger-

Objectcode	Naam	Plaats	Buurt- wijk	Straat	Locatie
	trum				straatweg
WIND0013	Winkelcentrum Leidsenhage	Leidschendam		Noordsingel	Banninglaan/ Heuvelweg
WICJ0011	Winkelcentrum	Leidschendam		Damplein	
WIND0014	Winkelcentrum Koningshoek	Maassluis			
WICJ0055	Winkelcentrum Caberg	Maastricht	Caberg	Clavecimbelstraat/ Berceusestraat/ Schalmeistraat	
WICJ0046	Winkelcentrum	Middelburg			Zuid
WIND0015	Winkelcentrum De Notenhout	Nijmegen		Symfoniestraat	Neerbosch-Oost
WICJ0006	Kelfkensbos	Nijmegen			
WICJ0052		Nijmegen		Stikke Hezelstraat /Augustijnenstraat	
WIND0016	Winkelcentrum Malvert	Nijmegen			Malvert
WICJ0042	Winkelcentrum	Oegstgeest		De Langevoort	
WIND0017	Winkelcentrum De Heihoek	Oss			
WICJ0014	Winkelpassage	Oss			Tussen Heuvel en Walstraat
WIND0018	Winkelcentrum Kraayhoek	Papendrecht		Brederodelaan	Veerweg
WICJ0038	Winkelcentrum	Ridderkerk			Lagendijk/ Rembrandtlaan
WIND0021	Winkelcentrum Nieuwemarkt	Rotterdam		Nieuwemarkt	

Objectcode	Naam	Plaats	Buurt-wijk	Straat	Locatie
WICJ0008	Winkelcomplex	Rotterdam		Pleinweg en Zuidplein	
WIND0020	De Lijnbaan	Rotterdam		Lijnbaan	
WICJ0051	De Twaalf Provinciën	Rotterdam		Pannekoekstraat/ Nieuwe Markt	
WICJ0001	Winkelcentrum	Rotterdam		Binnenweg	
WICJ0062		Rotterdam		Hoogstraat	
WIND0019	Hoogvliet	Rotterdam			
WIND022	Winkelcentrum Zijpe	Rotterdam			Pendrecht
WICJ0061		Rotterdam	Groenedaal	Goudsesingel	
WICJ0009	Winkelcentrum	Rotterdam	Pendrecht		
WICJ0060		Rotterdam		Witte de Withstraat	
WICJ0021	Winkelcentrum	Rotterdam	Lombardijen		
WICJ0028	Winkelcentrum	's-Gravenhage		De Savornin Lohmanplein	
WICJ0007	De Stede	's-Gravenhage	Bouwlust		
WIND0008	Winkelcentrum Almeloplein	's-Gravenhage	Morgenstond	Almeloplein	
WIND0009	Winkelcentrum Waldeck	's-Gravenhage	Waldeck	Alphons Diepenbrockhof	
WICJ0035	Winkelcentrum Duinzigt	's-Gravenhage	Duinzigt		
WICJ0016	Winkelcentrum	's-Gravenhage	Mariahoeve		Het Kleine Loo
WIND0012	Zuiderpassage	's-Hertogenbosch			
WIND0011	Winkelcentrum De Heftheuvel	's-Hertogenbosch			
WICJ0072	Groot Winkelcentrum Ter Apel	Ter Apel			

Objectcode	Naam	Plaats	Buurt-wijk	Straat	Locatie
WIND023	Winkelcentrum De Koningswei / De Kattenrug	Tilburg			
WICJ0022	Winkelcentrum	Tilburg			Schouwburggring
WICJ0039	Winkelcentrum	Utrecht	Tuindorp		Oost
WIND0025	Winkelcentrum Tolsteeg-Hoograven	Utrecht		Smaragdplein	
WICJ0068	Hoog Catharijne	Utrecht	Catharijnesingelwest		
WIND0024	Winkelcentrum Kanaleiland	Utrecht			Kanaleiland
WICJ0017	Winkel- en kantoorruimte	Utrecht		Jacobsstraat	
WICJ0003	Winkelgalerij	IJmuiden		Lange Nieuwstr.	
WICJ0002	Winkelgalerij	IJmuiden		Lange Nieuwstr.	
WICJ0058		IJmuiden			
WICJ0010	Liesveld	Vlaardingen			
WICJ0069		Voorburg			
WICJ0025	Winkelcentrum	Wageningen			Zuidzijde Stadsbrink
WICJ0029	Poort van Nederland	Zevenaar		E 36	Tussen Zevenaar en Bergh

## Bijlage 5 Wederopbouw Databank

### STRUCTUUR EN INHOUD DATABANK

Om de objectgegevens die uit de categoriale studies worden verkregen te ordenen, is de ‘Wederopbouw Databank RDMZ 1940-1965’ (WOP) ontwikkeld door de afdeling informatiemanagement van de RDMZ. Hierin worden alle onderzochte wederopbouwobjecten ingevoerd. De databank is tot stand gekomen op basis van het Programma van Eisen (20 december 2001) dat door het Projectteam Wederopbouw is geformuleerd in het kader van de pilotprojecten voor scholen, kerken en raadhuisen. De databank dient een tweeledig doel: ten eerste is het een hulpmiddel met zoekfuncties voor het categoriaal onderzoek naar diverse objecten, ten tweede vormt het een toekomstige informatiebron voor medewerkers van de RDMZ en externe gebruikers.

In de databank zijn zowel feitelijke gegevens opgenomen (naam, adres, gebouwcategorie, architecten, bronvermelding, etc.) als analytische gegevens (bouwstijlen, bouwtypen, preselectie). Ieder object in de databank heeft een unieke objectcode. De gegevens van het object zijn vastgelegd in acht tabbladen.

Om een selectie van objecten uit de databank te maken, kan gebruik worden gemaakt van de zoekfunctie van de databank (met name de optie ‘gecombineerd zoeken’). Omdat digitaal beeldmateriaal nog grotendeels ontbreekt vanwege het uitstellen van het veldwerk, kan de databank niet het arbeidsintensieve handwerk van het selecteren op basis van de niet-gedigitaliseerde bronnen vervangen.

De databank is (in dit stadium van het project) bedoeld als een dynamisch instrument. Gegevens die uit een eerste literatuuronderzoek niet naar boven kwamen, zijn later aangevuld. De ervaringen die de interne en externe onderzoekers in de categoriale pilotstudies met het gebruik van de databank hebben opgedaan, zijn samengebracht, besproken en doorgekoppeld naar de afdeling Informatiemanagement van de RDMZ, die deze hebben verwerkt. De ‘bewerken objecten’-modus zal hieronder worden beschreven: deze is in dit stadium van het onderzoek de belangrijkste functie van de WOP databank. Per tabblad wordt aangegeven welke gegevens waar moeten worden ingevoerd. Daarbij worden alleen de niet voor de hand liggende velden uitgebreid behandeld.<sup>62</sup>



AFBEELDING A  
HET STARTSCHERM VAN DE  
WEDEROPBOUW DATABANK

<sup>62</sup> Hier is de opbouw van het rapport *Scholen* (PLEK, 2002) als uitgangspunt genomen.

## AFBEELDING B

HET TABBLAD 'OBJECT'

## TABBLAD 'OBJECT'

Op het tabblad 'Object' worden de unieke objectcode,<sup>63</sup> de naam van het gebouw, de adresgegevens, de gebouwcategorie en de huidige functie van het object vermeld. Het veld 'opmerkingen' is hier alleen bedoeld voor zeer essentiële identificatiegegevens, zoals een tweede naam van het gebouw, een verwijzing naar een duidelijk verwant object of een belangrijke straatnaamwijziging. Het veld 'onderdeel van een complex' dient te worden ingevuld wanneer het gebouw deel uitmaakt van een groter geheel.

De velden in het kader 'locatie' bevatten de huidige adresgegevens van het object. Wanneer de verrekijkerbutton wordt aangeklikt, opent zich een nieuw scherm waarin de plaatsnaam van het object kan worden aangegeven. Bij het selecteren van de plaatsnaam worden automatisch ook de juiste provincie- en gemeentenaam in de betreffende velden geladen.<sup>64</sup> Wanneer er meerdere adressen bij een object horen, kan een tweede (of derde) adres in het veld 'locatie' worden opgenomen, echter met de toevoeging van het teken ~ (dus bijvoorbeeld '~Dorpsstraat 4') om zoekacties in een later stadium te vergemakkelijken.

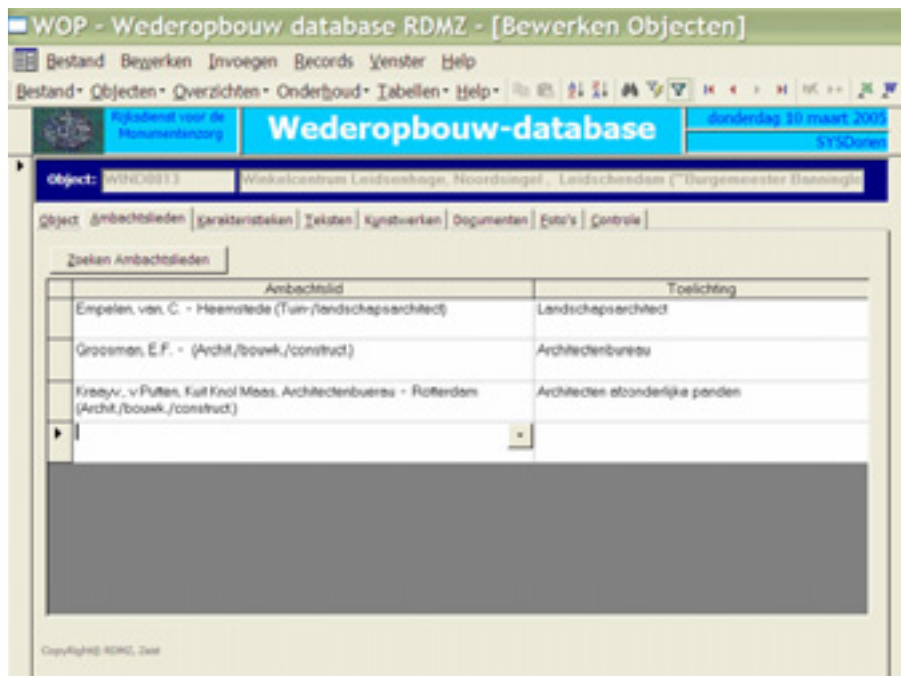
Bij het invoeren van de basisgegevens doet zich regelmatig het probleem voor dat het adres of de locatie in de bronnen niet (of gedeeltelijk) vermeld wordt. Daarnaast is in veel gevallen onbekend wat de huidige functie van het gebouw is, en of het nog (in zijn geheel) bestaat. Ook het ter plaatse

<sup>63</sup> Een objectcode bestaat uit de eerste drie letters van de gebouwcategorie, gevolgd door de eerste letter van de voornaam van de persoon die het record heeft aangemaakt, en daarachter een serie van vier getallen.

<sup>64</sup> In dit veld hangt de VUGA-lijst (de Elsevier Databank Overheid) die ieder jaar wordt vernieuwd. Deze bevat alle geactualiseerde gemeentelijke gegevens.

lokalisieren van objecten kan lastig zijn, wanneer gegevens gedateerd of onvolledig zijn.

Voor het aanvullen van dit soort basale gegevens kan voor bepaalde te onderzoeken categorieën internet een goede hulp zijn.



AFBEELDING C

HET TABBLAD 'AMBACHTSLIEDEN'

#### TABBLAD 'AMBACHTSLIEDEN'

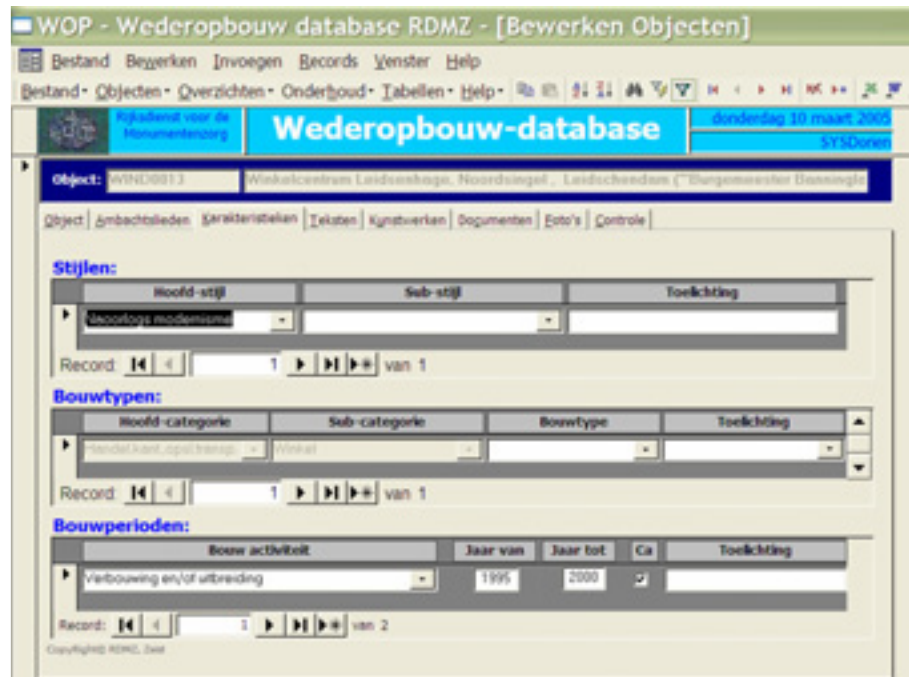
Op dit tabblad worden de betrokken ambachtslieden vastgelegd. De lijst van ambachtslieden is gebaseerd op de tabel uit de Objecten Databank van de RDMZ (ODB) waarin alle rijksmonumenten digitaal zijn opgeslagen.

Hoewel het mogelijk is om hier ook namen van aannemers, constructeurs en opdrachtgevers in te voeren, is ervoor gekozen slechts de projectarchitect en de naam van een eventueel architectenbureau, de tuinarchitect en/of interieurarchitect vast te leggen. Deze beslissing is genomen op basis van de afweging welke waarde dergelijke gegevens aan het onderzoek toevoegen tegenover de hoeveelheid tijd die het kost om een nieuwe naam in te voeren. Bij het vastleggen van de naam van een ambachtslid moet eerst worden gekeken of deze reeds in de tabel (waarin momenteel bijna 7.000 records zijn opgeslagen) voorkomt.<sup>65</sup> De onderzoekers proberen zoveel mogelijk te voorkomen namen dubbel in te voeren.

<sup>65</sup> Probleem hierbij is dat een bepaalde naam veelal meerdere keren in de lijst genoemd wordt (met en zonder al dan niet volledige initialen, als individu, als bureau, als een ander soort ambachtslid en daarnaast geregeld nog op verschillende schrijfwijzen – zo staat architect Dudok in totaal negen keer in de tabel). Ook doet het probleem zich voor dat de benaming van een en dezelfde persoon in verschillende publicaties afwijkt (soms wordt het architectenbureau genoemd, en soms één van de architecten). Het ontbreken van een eenduidige lijst van ambachtslieden maakt het lastig om een overzicht te maken van alle raadhuisen van één architect of architectenbureau. Om deze kwestie op te lossen zal de tabel met ambachtslieden moeten worden opgeschoond. Aangezien in deze fase van het onderzoek door zowel de interne als de externe onderzoekers van het Projectteam Wederopbouw nog zeer regelmatig

## AFBEELDING D

HET TABBLAD 'KARAKTERIS-  
TIEKEN'



### TABBLAD 'KARAKTERISTIEKEN'

Het tabblad 'Karakteristieken' is een vrij complex blad dat voornamelijk analytische gegevens bevat: de bouwstijl, het bouwtype (hoofdcategorie, subcategorie en bouwtype) en de bouwperiode(n).

#### Bouwstijlen

Voor wat betreft de toekenning van stijlbenamingen (het eerste onderdeel op dit tabblad) is gepoogd hoofdzakelijk een indeling te maken in vier termen, te weten: 'traditionalisme', 'shake-hands', 'naoerlogs modernisme' en 'n.v.t.'. Aangezien de architectuur uit de wederopbouwperiode zich niet altijd even duidelijk in bouwstijlen laat indelen, moet aan dit onderdeel niet teveel waarde gehecht worden. Meer dient dit onderdeel als een toelichting op de toegepaste 'vormgeving' te worden gezien, waar digitale foto's in de databank (nog) ontbreken. Bij niet te beoordelen gevallen is ervoor gekozen om de term 'n.v.t.' in te voeren. In het toelichtingveld van de stijlen zijn opmerkingen ten aanzien van de constructiewijze en andere technische kenmerken geplaatst.

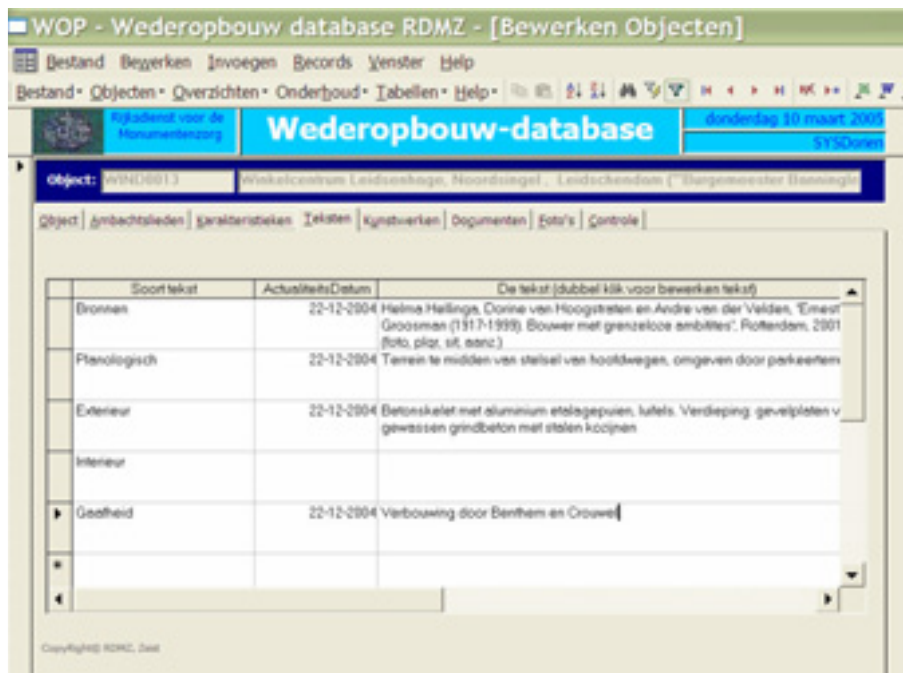
#### Bouwtypen

Een indeling op bouwtypen kan op verschillende niveaus worden gemaakt. Voor de categorie scholen moet dan bijvoorbeeld worden gedacht aan een typologisch onderscheid in gangscholen of halscholen en in het geval van de kerken kan worden ingedeeld op bijvoorbeeld zaalkerken en basilieken. Voor bepaalde categorieën is deze indeling echter niet aan de orde. Voor deze categorieën is deze nadere typering dus niet ingevuld.

namen worden toegevoegd, is besloten deze (zeer tijdrovende) klus uit te stellen tot een later moment.

## Bouwperiodes

Onder het laatste deel van dit tabblad wordt vastgelegd van en tot welk jaar een bepaalde bouwactiviteit (ontwerp, oorspronkelijk bouwjaar, verbouw, restauratie en/of sloop) heeft plaatsgevonden. In het toelichtingveld wordt opgenomen wat wanneer tot stand is gekomen. In die gevallen waar het oorspronkelijke bouwjaar van een object niet staat vermeld in het tijdschrift is de jaargang van het tijdschrift als bouwjaar (zowel van als tot) gehanteerd met de toevoeging ‘circa’, omdat dit in ieder geval een indicatie geeft van de bouwperiode.



AFBEELDING E

HET TABBLAD 'TEKSTEN'

## TABBLAD 'TEKSTEN'

Op het tabblad 'Teksten' kunnen in de kolom 'Soort tekst' verschillende velden worden geopend. Wanneer een bepaalde soort tekst wordt aangeemaakt, moet het veld 'Actualiteitsdatum' worden aangeklikt om de dag vast te leggen waarop dit veld is geopend. Per veld kunnen relevante gegevens ingevoerd worden.

### Bronnen

Hier worden literatuurverwijzingen ingevoerd (volgens de standaard notitiemethode van artikelen en boeken), met daarbij aangegeven of er situatieschetsen, foto's, plattegronden, aanzichten of doorsneden bij de tekst gevoegd zijn.

### Planologisch

Hier wordt de stedenbouwkundige ligging van het object, de eventueel relevante aanleg van de groenstructuur en andere planologische bijzonderheden geregistreerd.

### Exterieur

Hier kan achtereenvolgens het materiaalgebruik, de kleur, de constructie, de vorm van het grondplan en de gevelstructuur van het object worden vastgelegd.

**Interieur**

In dit veld worden de structuur en ligging van de ruimten t.o.v. elkaar, de inrichting van de meest waardevolle ruimten en eventuele bijzonderheden (onroerende zaken, decoratieve afwerking) opgenomen.

**Opmerkingen**

In dit veld kan worden aangegeven welke waarderingscriteria evident van toepassing zijn op het betreffende object. Ook wordt hier ingevoerd wanneer, met wie en waarover is gesproken, gecorrespondeerd of anderszins contact heeft plaatsgevonden m.b.t. het object. Daarnaast wordt hier vastgelegd of er eventueel een foto-opdracht is uitgeschreven (met datum, opdracht nummer en naam van opdrachtgever).

**Gaafheid**

Hier worden de gegevens omtrent verbouw, wijzigingen en sloop ingevoerd.

**Bouwkundige staat**

Aangezien veldwerk pas in een later stadium plaats zal vinden, kan dit veld nog niet altijd worden ingevuld. Wanneer een object wel is bezocht, kan worden volstaan met een korte notitie (visueel goed / slecht, eventueel met een kleine toelichting).

**Redengevend**

Dit veld wordt in deze fase van het onderzoek nog niet ingevoerd, aangezien een redengevende omschrijving pas wordt opgesteld wanneer sprake is van (voorlopige) selectie tot rijksmonument.

**Bijzonderheden**

Hier kunnen eventueel zaken worden vastgelegd die niet in bovenstaande velden kunnen worden ondergebracht.



#### TABBLAD 'KUNSTWERKEN'

Op het tabblad 'Kunstwerken' zijn in een vaste tabel verschillende soorten (voor de wederopbouwperiode) specifieke kunstwerken genoemd zoals glas-in-beton en sgraffito, die onderdeel zijn van het oorspronkelijke ontwerp van het gebouw. Onder 'kunstenaar' wordt de naam van de maker ingevoerd (ook hiervoor bestaat een vaste tabel waaraan namen kunnen worden toegevoegd, zie onder tabblad 'Ambachtslieden'). In de laatste kolom (opmerking) wordt in het kort en globaal - indien bekend - de voorstelling (naam), het materiaalgebruik, de plaats van het kunstwerk in, aan of bij het gebouw en eventuele andere opmerkingen vastgelegd.

Bij het invoeren van kunstenaars is op kleinere schaal sprake van dezelfde problematiek als bij het tabblad 'ambachtslieden'.

AFBEELDING G

TABBLAD 'DOCUMENTEN'



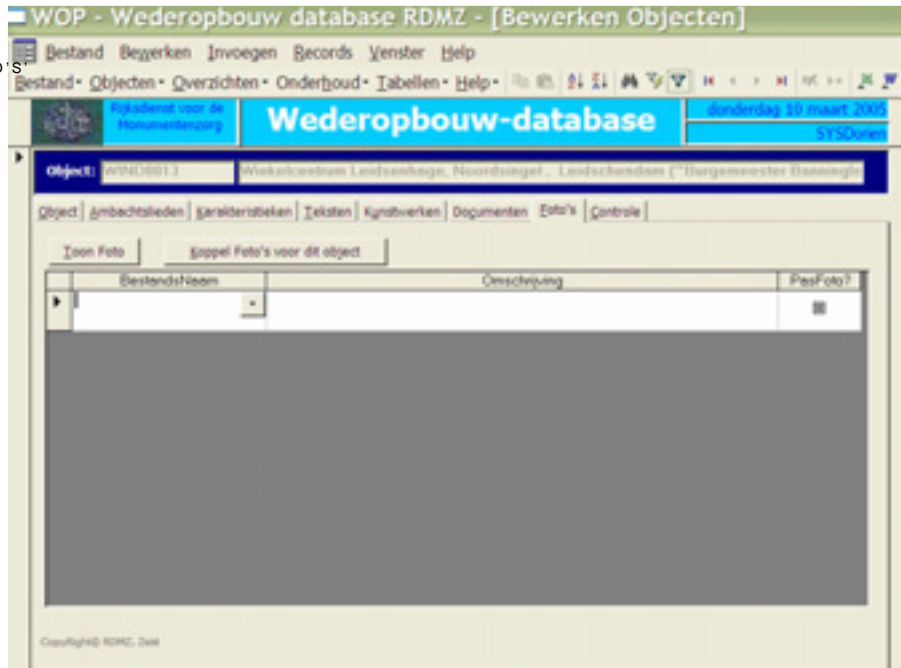
#### TABBLAD 'DOCUMENTEN'

Op dit tabblad kunnen tekstuele bestanden aan een object gekoppeld worden. Per gebruiker is een vaste directory aanmaakt waarin deze bestanden kunnen worden opgeslagen. Wanneer op het tabblad 'Documenten' een bestand wordt geselecteerd en op de button 'Toon Document' wordt geklikt, opent het bestand in het bijbehorende programma.

#### TABBLAD 'FOTO'S'

Op het tabblad 'Foto's' kunnen afbeeldingen aan het record gekoppeld worden. Met het vakje 'pasfoto' wordt aangegeven welke foto het meest karakteristiek het object weergeeft. Het programma 'Hernummer Foto's' in het menu 'Bestand' kan grotere groepen afbeeldingen tegelijkertijd omnummeren: de afbeeldingen in de databank krijgen zo als naam de code van het object waaraan deze gekoppeld zijn, gevolgd door underscore (\_) en een serie van vier cijfers, die het bestand uniek maken.

AFBEELDING H  
TABBLAD 'FOTOS'



#### TABBLAD 'CONTROLE'

Het tabblad 'Controle' geeft automatisch aan welke velden van het record nog niet (afdoende) zijn ingevoerd.



**Colofon**

*Auteurs* Wijnand Galema  
en Dorine van Hoogstraten  
*Uitgave* Rijksdienst voor de  
Monumentenzorg,  
Zeist 2005  
*Basisontwerp* B@seline,  
Utrecht