

5.5. CRITERIANOTA WINKELINTERIEURS

AGENTSCHAP ONROEREND ERFGOED – 2017

DECLERCQ DAAN – GILTÉ STEFANIE

Inhoud

1.	Algemene duiding van het thema	2
2.	Winkels in Vlaanderen, een beknopt historisch overzicht	2
2.1.	Inleiding	2
2.2.	De vroegste handelsruimte en het ontstaan van de 'winkel'	3
2.3.	Veranderingen op het einde van het Ancien Régime en de opkomst van winkelramen.....	4
2.4.	Winkels tijdens de 19de en eerste helft van de 20ste eeuw (1800-1940): Het ongeziene succes van de winkelpui en de opkomst van nieuwe winkeltypes	6
2.4.1	Maatschappelijke veranderingen tijdens de 19de eeuw	6
2.4.2	Winkelpuien	7
2.4.3.	De winkelinterieurs	8
2.4.4.	Een nieuw type winkels: de winkelgalerijen en grootwarenhuizen.....	12
2.5.	Traditie en vernieuwing tijdens het interbellum.....	13
2.6.	Veranderingen in het winkellandschap tijdens de naoorlogse periode.....	14
3.	Winkelinterieurs in Vlaanderen.....	15
3.2.	Inventaris van het bouwkundig erfgoed	15
3.3.	Inventarisatie door Arsène VZW	16
3.4.	Reeds beschermde winkelinterieurs.....	16
4.	Decretale waarden	17
4.1.	Historische waarde.....	17
4.2.	Architecturale waarde.....	18
4.3.	Artistieke waarde	19
4.4.	Industrieel-archeologische waarde:.....	19
5.	Selectiecriteria voor bescherming.....	20
5.1.	Zeldzaamheid	20
5.2.	Herkenbaarheid.....	20
5.3.	Representativiteit.....	21
5.4.	Ensemblewaarde.....	21
5.5.	Contextwaarde	22
5.6.	Authenticiteit.....	22

1. Algemene duiding van het thema

Deze criterianota werd opgemaakt in functie van de selectie en waardering van waardevolle winkelinterieurs met het oog op het behoud en de bescherming van dit erfgoed.

Volgens een **brede definitie** is een winkel *“een plaats waar goederen aan consumenten verkocht worden”*¹. Koopwaar is een zeer algemene term waarmee zowel voeding als andere producten worden bedoeld.

Volgens de **thesaurus** van de inventaris van het onroerend erfgoed is een winkel: *“een gebouw voor detailhandel, doorgaans met bovengelegen woonfunctie”*².

Concreet wordt een “handelspand” of “winkel” **in dit onderzoek** beschouwd als *“een verkoopruimte voor detailhandel die deel uitmaakt van een woning of een gebouw dat daartoe is opgetrokken of aangepast”*.

Aan de hand van de bovenstaande definitie werd het onderzoeksgebied afgebakend. De voorliggende criterianota behandelt in ruime zin **winkels (“verkoopruimtes voor detailhandel”) in Vlaanderen**, ongeacht hun bouwstijl, het type handelsfunctie, hun huidige toestand en functie of de periode waarin ze werden opgericht. Aangezien het **winkelinterieur** de invalshoek voor dit onderzoek vormt, is de aanwezigheid van een (deels) bewaard interieur een uitsluitende voorwaarde tot opname in de evaluatie. Panden met louter een bewaarde winkelpui komen (in dit onderzoek) bijgevolg niet in aanmerking. **Detailhandel** is een breed begrip waaronder een groot gamma van koopwaar wordt gevat, met zowel voedingswaren als andere producten. Voorbeelden van detailhandel zijn onder meer: een bakkerij, beenhouwerij, voedingswinkel (kruidenierszaak, snoepwinkel, kaashandel, drankenhandel, eender welke voedingsspecialzaak, etc.). Maar evengoed een kledingzaak (hoedenwinkel, handschoenenwinkel, lingeriewinkel, pelsenwinkel, etc.), muzikwinkel, apotheek of drogisterij, ijzerwarenwinkel, messenwinkel, horlogewinkel, tabakswinkel, krantenwinkel, juwelier, grootwarenhuis, etc. Cafés en restaurants of andere drank- en eetgelegenheden behoren niet tot de scope van dit onderzoek. Een uitzondering hierop zijn de winkels waaraan een verbruiks- of gelagzaal is verbonden.³ Aangezien de winkelruimte doorgaans deel uitmaakt van een groter gebouw of woning, wordt steeds rekening gehouden met **het volledige gebouw** bij het maken van een evaluatie.

2. Winkels in Vlaanderen, een beknopt historisch overzicht

2.1. Inleiding

Om tot een goed onderbouwde selectie voor het beschermen van waardevolle winkelinterieurs te komen worden het historisch kader en de historische evolutie van het winkelpand en de verschillende verschijningsvormen onder de loep genomen. In onderstaande tekst wordt een relatief beknopt overzicht gegeven van de historische evolutie van het winkelpand vanaf haar ‘ontstaan’ tijdens de middeleeuwen tot en met de naoorlogse periode (1945 - circa 1980). Naargelang de typologische ontwikkelingen van het winkelpand wordt per historische periode aandacht besteed aan zowel de historische evolutie van het handeldrijven, als ook aan de typologische en stilistische veranderingen die deze heeft teweeggebracht, dit zowel op het vlak van de winkelinrichting als de vormgeving van

¹ <http://www.vandale.nl/> (geraadpleegd op 3 april 2017).

² <https://id.erfgoed.net/thesauri/erfgoedtypes/517> (geraadpleegd op 3 mei 2017).

³ Zoals bijvoorbeeld Bakkerij Rosseel (Mariastraat 32, Brugge) of Drankenhandel De Clercq (Zamanstraat 2, Sint-Niklaas).

het exterieur. Er wordt gefocust op de stedelijke context in Vlaanderen. Landelijke gebieden kenden namelijk een veel minder sterk evoluerend winkellandschap en volgden -op bepaalde vlakken- de evoluties die in de steden werden ingezet.

De mens drijft al duizenden jaren handel. Vanzelfsprekend zijn deze handelspraktijken steeds geëvolueerd, parallel met de maatschappelijke en technische ontwikkelingen, en in het bijzonder naargelang de wetten van vraag en aanbod. Aan bepaalde fysieke locaties werden specifieke handelsfunctie toegewezen. Sommige van deze locaties kunnen worden geïdentificeerd als 'winkels'. Vanuit een hedendaags standpunt beschouwen we een 'winkel' als "*een verkoopruimte voor detailhandel die deel uitmaakt van een woning of een gebouw dat daartoe is opgetrokken of aangepast*". Dit is echter niet altijd het geval geweest. Het type handelsruimte dat we vandaag met de term 'winkel' aanduiden is van relatief recente datum, waarvan de oudste voorbeelden dateren uit de late middeleeuwen. Een **handelspand of winkel** heeft in de loop van de geschiedenis vele vormen aangenomen.

Voor het onderstaand beknopt historisch overzicht van winkels in Vlaanderen werd o.m. de recente publicatie (2015) door de Gentse Dienst Monumentenzorg & Architectuur '*Verleidelijke vitrines, 700 jaar winkelpuien in Gent*' als leidraad genomen⁴, aangevuld met informatie uit de inventaris van het bouwkundig erfgoed⁵, de opgedane kennis tijdens de plaatsbezoeken en de collectieve kennis binnen het agentschap Onroerend Erfgoed.

2.2. De vroegste handelsruimte en het ontstaan van de 'winkel'

Hoewel dit moeilijk met zekerheid kan worden achterhaald, wordt in de vakliteratuur verondersteld dat in onze gewesten tijdens de vroege middeleeuwen vooral handel werd gedreven vanuit kramen en stalletjes, als ook in hallen en op (jaar)markten. Daarnaast waren ook rondtrekkende verkopers actief, waarover bijzonder weinig is geweten. Parallel met de toenemende verstedelijking in de Lage Landen tussen de 11de en de 13de eeuw, groeide de nood aan (fysieke en wetgevende) structuren die het handeldrijven moesten reguleren. In deze context ontstonden de ambachten, die elk een eigen groep ambachtslui vertegenwoordigden en het ambacht reguleerden. In de grote steden verworven deze instellingen op termijn grote economische, maar ook politieke macht. Samen met het ontstaan van de **ambachten** ontstonden ook de **eerste 'echte' winkels**. Wie als ambachtsman een goed produceerde, wilde dat natuurlijk zo vlot mogelijk verkopen. Sommige ambachten voorzagen daartoe een afzonderlijke ruimte, die doorgaans aansloot bij de werkplaats of het atelier waar het product werd vervaardigd. Een bakkerij is misschien wel het oudste voorbeeld van een archetypische 'winkel'. Het brood, tot in de vroege 19de eeuw het basisvoedsel voor de werkende bevolking, werd verkocht in een winkelruimte aansluitend bij de eigenlijke bakkerij. Nog zo'n middeleeuws winkeltype dat tot op vandaag doorleeft, is de kruidenier. De betere klasse bezocht daarnaast ook andere winkels, zoals bijvoorbeeld de kleermaker (of *schepper*) of knopenmakers. De huidenvetters (leerlooiers), grauwwerkers (pels- en bontbewerkers), lammerwerkers (bewerkers van schapenvachten) en zwart- en witleertouwers (bereiders van leer van schapen-, rund- en varkenshuis, als ook handschoen- en beurzenmakers) hadden een werkplaats waar alleen de gespecialiseerde of groothandelaars hun producten konden inslaan. Maar sommigen onder hen maakten ook zelf eindproducten, en hadden dus een winkel nodig. Andere leerbewerkers, zoals schoen- en riemmakers, beschikten al dan niet over

⁴ Onderstaand historisch overzicht is een samenvatting van het gedegen historisch onderzoek dat in deze publicatie in verschillende hoofdstukken wordt toegelicht. Aangezien deze criterianota een intern werkdocument is, worden geen afzonderlijke bronverwijzingen in dit deel van de tekst opgenomen. Verschillende passages zijn rechtstreeks afkomstig of samengevat uit deze publicatie.

⁵ <https://inventaris.onroerenderfgoed.be/> (geraadpleegd in april 2017).

een winkel naargelang de sociale klasse waartoe hun klanten behoorden. Een schoenenlapper die zich bijvoorbeeld alleen toelegde op de armere bevolkingsklasse had geen nood aan een luxueuze winkel, maar opereerde vanuit een werkplaats. Er waren nog tal van andere **ambachten** die zich (althans aanvankelijk) **beperkten tot een werkplaats of atelier**, zoals ambachtslui uit de scheepvaartsector of de bouwsector. Een ander type handelaars of ambachtslui dat geen nood had aan een eigen winkel waren zij die hun handelswaar verkochten vanuit een daartoe gebouwde markthal of op een marktplaats. Dit gold bijvoorbeeld voor visverkopers, beenhouwers en slaggers, maar ook fruit-, groenten- en bloemenverkopers.

Over de **fysieke eigenschappen en inrichting** van de vroegste winkels is bijzonder weinig bekend en zijn er evenmin veel tastbare relictten bewaard. Zoals reeds vermeld ontstond de 'echte' winkel zoals we hem vandaag kennen pas tijdens de middeleeuwen. Aan de hand van iconografische bronnen krijgen we een idee hoe deze winkels er uitzagen. Zowel iconografische als bouwhistorische bronnen tonen aan dat sommige winkelpanden reeds in de middeleeuwen voorzien waren van een uitstalraam om producten zichtbaar te maken vanaf de straatzijde en deze makkelijker aan de man te brengen. De aanwezigheid van een uitstalraam was uiteraard afhankelijk van de koopwaar. Zo'n uitstalraam had de vorm van een kruisvenster, waarbij in het benedenlicht geen verticale stijl was ingebracht, zodat onderaan een grote vensteropening ontstond. De (twee- of drieledige) bovenlichten waren ingevuld met glas-in-loodramen met dievenijzers, terwijl het benedenlicht afsluitbaar was met één of twee luiken. Wanneer de gevel een vaste luifel of afdak had, dan was één neervallend luik voldoende. In andere gevallen waren twee luiken voorzien, waarbij het bovenste als afdak diende, en het onderste als uitstalplaats voor de koopwaar. Soms werd het bovenste luik iets groter uitgevoerd dan het onderste, om de koopwaar beter te beschermen tegen de weersinvloeden. Ijzeren stangen hielden de luiken op hun plaats. Winkeliers die kleine of diefstalgevoelige koopwaar aanboden, maakten gebruik van houten of ijzeren kooitjes waarin de koopwaar werd tentoongesteld. Verticaal aan de gevel hing men een uithangbord, doorgaans met een voorstelling van de handelswaar om klanten van ver aan te trekken. Sommige handelaars hingen om diezelfde reden een deel van hun koopwaar aan of voor de gevel op. Anderen plaatsten zitbankjes, dwars op de gevel. Er zijn ook voorbeelden bekend waarbij een houten winkeltje, eveneens voorzien van luiken, werd aangebouwd tegen een ander gebouw. Deze uitbouwen zorgden, samen met de uitklappende uitstalramen, uithangborden en zitbanken (soms aan beide zijden van de straat), in sommige drukke winkelstraten voor een aanzienlijke verkeershinder. De luiken-constructie leefde door tot in de 18de eeuw en kon zowel voor houten als stenen gebouwen worden toegepast.

2.3. Veranderingen op het einde van het Ancien Régime en de opkomst van winkelramen

Parallel aan de technische en maatschappelijke ontwikkelingen op het einde van het Ancien Régime ontstonden enkele **nieuwe beroepen en winkels**. Sommige reeds bestaande ambachten of beroepen die aan belang inwonnen, groeiden uit tot speciaalzaken of detailhandels die nood hadden aan een eigen winkel. Daarnaast kwamen er ook nieuwe winkels bij voor geheel nieuwe producten. Net als vandaag was de uitbouw van (sommige types) handelszaken gerelateerd aan modeverschijnselen. Dit geldt in het bijzonder voor handelszaken die gericht waren op een welstellend doelpubliek. Vanaf de 18de eeuw werd bijvoorbeeld tabak zeer populair bij de gegoede klasse, en op termijn ook bij een veel breder publiek. Medicijnen en middeltjes kon men kopen bij de drogist en apotheker, die steeds belangrijker werden in de loop van de 18de eeuw en over vrij luxueuze winkelruimtes beschikten. Andere nieuwe winkels waren deze van de pruiken- en hoedenmakers, die in het bijzonder een welstellend doelpubliek hadden. Hetzelfde gold voor de graveerder, boekdrukker en -verkoper. Dit soort winkels, uitsluitende gericht op de (geletterde) bovenklasse van de maatschappij, had een

verzorgde interieurafwerking. Andere luxueuze winkels vond men bij de juweliers, zilver- en goudsmeden en kunstschilders. Bij de horlogemaker kon men terecht voor zowel zakhorloges, als kleine en grote klokken en uurwerken. Tenslotte vermelden we nog de kooplui die kantwerk en textiel verkochten, de glazenier/porseleinverkoper en de behangpapierverkoper (*tapissier*).

Bepaalde beroepen bleven wellicht **geen nood hebben aan een verkoopruimte**. Daarnaast evolueerden bepaalde beroepen omwille van technische of economische evoluties, waardoor de nood aan een winkelruimte ontstond. Glazenmakers werden bijvoorbeeld vanaf de late 17de eeuw en de 18de eeuw ook spiegelmakers en beschikten vanaf dan met zekerheid over een winkel. Maar ook andere ambachtslui, zoals garentwijnders en (wol)ververs beschikten pas vanaf de 18de eeuw over een verkoopruimte. Sommige beroepen splitsten op om zich toe te leggen op specifieke marktsegmenten. Zo kon men in de 18de eeuw, naast de klassieke bakkerij, ook terecht bij de taarten-, lekkerkoek(peperkoek)- en suikerbakker. Zoals reeds vermeld ontstonden bepaalde winkels ook door verregaande specialisatie in een deelproduct, zoals bijvoorbeeld de borstel- en bezemmaker, de zeefmaker, mandenmaker en de naalden- en speldenmaker.

Over de **fysieke eigenschappen van deze winkelpanden** is iets meer geweten dan van de middeleeuwse winkels. Voor deze periode kan het iconografisch bronnenmateriaal in sommige steden worden aangevuld met informatie afkomstig uit bouwaanvragen en boedelbeschrijvingen, etc. De schaarse bronnen tonen een verandering in de constructiematerialen en de uitstalvormen. In de late middeleeuwen hadden de meeste handelspanden een volledig houten constructie. Vanaf het midden van de 17de eeuw zou het versteningsproces deze houten constructies stelselmatig vervangen. Tot aan het einde van het Ancien Régime waren winkelatalages zoals wij die vandaag echter kennen onbestaande. Het houten uitstalraam bleef ondanks het versteningsproces nog een lange tijd doorleven. Winkeliers die zeer kostbare of delicate producten verkochten, maakten echter geen gebruik van een open uitstalraam met houten winkelluiken maar verkochten deze binnenshuis. Deze winkelruimtes waren afgesloten met klassieke kruisvensters, ingevuld met glas-in-loodramen. Meer bepaald ging het bijvoorbeeld om verkopers van dure stoffen, papier, juwelen en andere kostbaarheden. In de loop van de 18de eeuw zouden steeds meer winkeliers het oude systeem van de winkelatalages met houten luiken verlaten. Bijgevolg verhuisde de handelsactiviteiten van de straat naar binnenskamers. De handelaars maakten hun koopwaar zichtbaar door grote vensters, ingevuld met glas. Aanvankelijk waren dit nog standaard (kruis)vensteropeningen die langzaam zouden evolueren naar **de eerste winkelramen (of etalages)**. Deze nieuwe manier van handel drijven had als gevolg dat de handelaar zijn koopwaar beter kon beschermen tegen diefstal en de weersomstandigheden. De klant kon beschut en in alle rust zijn inkopen doen. De openbare ruimte nam toe in de winkelstraten door het verdwijnen van de vele winkelluiken en -uitbouwen. Het grote nadeel van de besloten winkel voor de winkeliers was de verminderde zichtbaarheid van de uitgestalde koopwaar. De eerste etalages beschikten immers niet over kleurloos en vlak glas, maar kleine mondgeblazen glasplaten in een lichtgroene kleur. Het ontstaan van de etalage liep parallel met de vervanging van het kruisvenster door grote rechthoekige openingen zonder indelingen in de loop van de 18de eeuw en met de vooruitgang in de glasproductie. Het lichtgroene en oneffen glas vervormde het zicht op de koopwaar. Met de uitvinding van het cilinderglas omstreeks 1770, waarbij grote (60x85cm) stukken kleurloos glas konden worden geproduceerd aan een betaalbare kostprijs, kwam er ook verandering in de vormgeving van de etalages. De eerste 'echte' etalage kwam er pas op het einde van de 18de eeuw, wanneer men de grote vensteropeningen begon in te vullen met dit kleurloos glas. Bijna gelijktijdig verscheen een nieuwe variant van de etalage, **de tribune**. Dit was een uitspringende vitrinekas, volledig beglaasd en uitgevoerd in hout met kleine roedeverdelingen. Om de aandacht van de voorbijgangers te trekken, wilden de handelaars de etalages zoveel mogelijk doen opvallen door ze te laten uitspringen ten opzicht van het gevelvlak. De roeden werden zo smal mogelijk

uitgevoerd, aanvankelijk in hout maar nadien steeds vaker in ijzer. De vormgeving werd vaak sober en klassiek gehouden, met subtiele profileringen en decoraties. Deze nieuwe mode bleef doorleven in het eerste kwart van de 19de eeuw, lokaal soms nog iets later. De verdere ontwikkeling van deze tribunes, of uitspringende etalages, ging opnieuw gepaard met de technische vooruitgang in de glasproductie. In de loop van de 19de eeuw evolueerde de glasproductie steeds verder en met de ontwikkeling van gegoten en gepolijst spiegelglas waren glasplaten groter dan een vierkante meter al snel geen uitzondering meer. Dit had als gevolg dat de steeds groter wordende tribunes hun kleine roedeverdelingen vervingen door grotere glasplaten waarachter de koopwaar maximaal tentoon kon worden gesteld, zonder vervorming of verkleuring. Het gebruik van spiegelglas bleef echter lange tijd het voorrecht van de meest kapitaalkrachtige winkeliers.

Omdat de vensteropening bij etalages en tribunes niet wordt gewijzigd kunnen beide variaties worden gevat onder de term 'winkelramen'. We spreken pas van een winkelpui wanneer het uitstalraam een aanzienlijk deel van de gevelbreedte inneemt en een op zichzelf staand architecturaal onderdeel vormt dat de gevelritmiek van de bovenliggende verdiepingen niet langer noodzakelijk volgt.

Wat de winkelinrichting van deze oudste winkels betreft, kan erg weinig met zekerheid worden gesteld. Men kan er van uitgaan dat winkels die gericht waren op de goeude klassen een meer verfijnde en decoratief uitgewerkte inrichting hadden. Hoe deze winkelruimte precies was ingedeeld en welk (vast) meubilair tot de standaarduitrusting van een winkel behoorde, is niet geweten. Tijdens dit onderzoek is slechts één bewaard winkelinterieur uit deze periode aan het licht gekomen:

-Apotheek Van Venckenray, °1704 (Markt 45, Maaseik).⁶

2.4. Winkels tijdens de 19de en eerste helft van de 20ste eeuw (1800-1940): Het ongeziene succes van de winkelpui en de opkomst van nieuwe winkeltypes

2.4.1 Maatschappelijke veranderingen tijdens de 19de eeuw.

De 19de eeuw staat gekend als een tijd van maatschappelijke verandering en technische innovatie. Dankzij de industrialisatie en de verdere uitbouw van het transportnetwerk en internationale handel werden steeds meer goederen beschikbaar voor het grote publiek. Bovendien zorgde het gemechaniseerde productieproces ervoor dat goederen op grotere schaal en goedkoper werden geproduceerd. De 'echte' winkel zoals we die vandaag kennen, zijnde een ruimte die speciaal ingericht werd voor het tentoonstellen en verkopen van producten, ontstond reeds in de late 18de eeuw met het verdwijnen van het uitstalraam met luiken ten voordele van winkelramen (etalages en tribunes).

Tijdens de 19de eeuw zou het winkellandschap ingrijpend veranderen. We belichten in onderstaande alinea's opnieuw uitsluitend de detailhandel, gericht op de verkoop aan particulier cliënteel, en dit in een stedelijke context. Er bestond een **zeer breed gamma aan handelszaken** tijdens de 19de eeuw. Sommige winkels voorzagen in de dagelijkse behoeftigheden waarvan ze een gevarieerd aanbod hadden. Dit soort winkels waren doorgaans relatief klein en verankerd in een woonbuurt. De 19de eeuw was een tijd van ongeziene demografische expansie, die in de grote steden gepaard ging met de aanleg van volledig nieuwe wijken. In deze wijken werden de nieuw gebouwde winkels vanaf de tweede helft van de 19de eeuw steeds vaker in hoekpanden ingericht. Door hun hoeklocatie was de winkel zichtbaar vanaf twee straten en beschikte men over meer gevelruimte om winkelramen te

⁶ Er zijn nog twee als monument beschermde 18de-eeuwse winkelinterieurs bewaard, meer bepaald twee apotheken die behoorden tot een gasthuis. Dit zijn geen handelspanden voor detailhandel, maar kunnen wel interessant zijn in het onderzoek naar 18de-eeuwse winkelinterieurs. (Inventaris-ID: 41427 en 41641; Bron: <https://inventaris.onroerenderfgoed.be> (geraadpleegd in april 2017)).

installeren. Daarnaast bestonden er ook talloze winkels die gespecialiseerd waren in een bepaald product waarvan ze een uitgebreid gamma hadden, zoals bijvoorbeeld ijzerhandelaars of drogisterijen, etc. Dit soort producten waren voor hun afzetmarkt niet afhankelijk van een woonbuurt en bevonden zich doorgaans op belangrijke invalswegen naar de stad. Hun gamma koopwaar was zeer divers. Tenslotte bestonden er in de 19de eeuw ook speciaalzaken en luxewinkels, gericht op de behoeften van de gegoede sociale klassen. Ze waren gelokaliseerd op druk bezochte plaatsen in het centrum van de stad, of aan mondaine pleinen of boulevards. Hiermee speelden ze in op het nieuwe fenomeen van het winkelen als tijdverdrijf. Het flaneren langs de uitgestalde koopwaar was het nieuwe geliefkoosde tijdverdrijf van de burgerij.

2.4.2 Winkelpuien

Vanaf het tweede kwart van de 19de eeuw onderging de **typologie van de winkelpui** een belangrijke verandering. Tot dan waren de winkeletalages relatief klein en waren ze in essentie uitspringende winkelvitruines die tegen de gevel werden geplaatst zonder de raamopening te wijzigen. Deze 'tribunes' hadden een gebogen of rechthoekige vorm en liepen niet door tot op de grond. De glaspartijen waren aanvankelijk opgedeeld door kleine roedeverdelingen, die echter steeds groter werden naargelang de evoluties in de glasproductie. Het zijn opnieuw technische evoluties die de **evolutie van winkelraam tot winkelpui** hebben beïnvloed. Meer bepaald de ontwikkeling van de ijzerproductie en -opnieuw- de glasproductie. De kwaliteit en kostprijs van gietijzer en staal verbeterden spectaculair in de loop van de 19de eeuw, waardoor zij steeds vaker als bouw materiaal werden toegepast. De technische voordelen ten opzichte van de traditionele bouwmaterialen (hout, baksteen en natuursteen) waren aanzienlijk. Vanaf de tweede helft van de 19de eeuw werd staal het populairste bouwmetaal en werd het massaal gebruikt voor liggers en kolommen. Hierdoor werd het mogelijk om een gevelbrede opening te creëren voor de plaatsing van uitstalramen en toegangsdeuren. Deze structuren werden doorgaans aan het oog onttrokken door een houten omlijsting, maar werden soms ook decoratief uitgewerkt en bewust zichtbaar gelaten. Samen met gietijzer en staal was de steeds evoluerende glasproductie een belangrijke factor in de ontwikkeling van winkelramen tot echte winkelpuien. Zoals hoger reeds vermeld, konden steeds grotere glasplaten worden geproduceerd, die werden gevat tussen roeden om het raamoppervlak te vergroten. In het begin van de 20ste eeuw werd de techniek uitgevonden waarmee mechanisch getrokken vensterglas kon worden geproduceerd. Hierdoor ontstond een groter en egalere glasoppervlak, hetgeen uiteraard duchtig werd toegepast door de winkeliers in hun uitstalramen.

Reeds vanaf 1830 verschenen de eerste winkelpuien die de (bijna) volledige gevelbreedte innamen en een op zichzelf staand architecturaal onderdeel waren. De **basisvorm van de 19de-eeuwse winkelpui** bestond uit een kroonlijst, gedragen door pilasters of zuilen die de deuren van de uitstalramen scheidde. Deze toegang bevond zich afwisselend centraal of aan de zijkant van de pui. Vaak werd de toegang verdiept geplaatst ten opzichte van de gevel, waardoor een overdekt portaal tot stand kwam. Soms was een winkelpui voorzien van twee deuren, die respectievelijk toegang gaven tot de winkel en de verdiepingen die vaak waren ingericht als woongelegenheden. Steeds vaker werden houten rolluiken in de winkelpui geïntegreerd, zodat men 's avonds de winkel volledig kon afsluiten.

Veel meer nog dan de eerste winkeletalages en -tribunes waren de winkelpuien een **modegevoelig** verschijnsel. De oudste winkelpuien hadden een neoclassicistische vormgeving, naar de heersende bouwstijl van dat moment. Deze vormgeving werd nadien nog lange tijd toegepast voor eenvoudige of buurtwinkels. Vanaf het midden van de 19de eeuw werd de vormgeving van winkelpuien steeds meer decoratief. De ontwikkelingen van verschillende neostijlen, zoals de neorenaissance, neogotiek, neobarok en neorococo zorgden samen met het neoclassicisme voor een zeer divers aanbod aan winkelpuien. Wanneer een bestaand pand een nieuwe (of vernieuwde) winkelpui kreeg, had deze vaak

een pui in neoclassicistische of neorococo-stijl. Bij nieuw gebouwde winkelhuizen kwamen de eclectische bouwstijlen vaker voor, met elementen uit de neobarok, neorenaissance, neorococo, neoclassicisme en uitzonderlijk de neogotiek. In deze panden werd de winkelpui samen met de gevel als één architecturaal geheel vorm gegeven. Hetzelfde principe gold voor de winkelpanden in art-nouveaustijl die vanaf het laatste decennium van de 19de eeuw opgang maakte. In deze bouwstijl werden constructieve onderdelen bewust zichtbaar gelaten, zoals de stalen ligger boven het uitstalraam. Samen met deze stilistische ontwikkelingen ging de technologische vooruitgang in de glasproductie steeds verder. Glaspartijen werden steeds groter en minder vaak van roedeverdelingen voorzien.

Parallel met de technische ontwikkeling van ijzer en glas, zorgde de opkomst van gas**verlichting** aan het begin van de 19de eeuw en de vervanging ervan door elektrische verlichting aan het einde van de 19de eeuw en vroege 20ste eeuw, voor een revolutie in het winkellandschap. Handelaars waren niet langer gebonden aan daglicht of het gebruik van kaarsen en olielampen, waardoor deze zelf hun openingstijden konden bepalen.

2.4.3. De winkelinterieurs

De winkelaankleding was vanzelfsprekend afhankelijk van de koopwaar die werd aangeboden en het doelpubliek waarop men zich richtte. Het interieur van een apotheek zal rijker aangekleed zijn dan dat van een schoenenlapper of drogisterij. Een andere belangrijke factor was de locatie van de winkel. Een bakkerij in een grootstad als Gent of Antwerpen zal doorgaans een meer luxueuze winkelaankleding hebben dan een bakkerij in een landelijke gemeente of kleine stad. Op basis van de vakliteratuur kan men zich geen duidelijk beeld vormen van “het” winkelinterieur uit de 19de eeuw. Daarom is onderstaande evaluatie gebaseerd op de kennis vergaard tijdens plaatsbezoeken in functie van dit onderzoek. De meeste vormelijke en typologische **kenmerken van het 19de-eeuwse winkelinterieur lopen door in de vroege 20ste eeuw en het interbellum**.

Wat de 19de- en vroege 20ste-eeuwse winkelinterieurs in Vlaanderen betreft, zijn er **opvallend veel apotheken** bewaard, in verhouding tot andere winkeltypes. De apotheek, een voorbeeld van een vrij luxueus winkelttype, kenmerkt zich door zijn kenmerkende indeling bestaande uit een verkoopruimte met aansluitende bereidingsruimte en privésalon. De winkelruimte is luxueus afgewerkt, onder meer door het gebruik van duurdere materialen zoals eik voor het meubilair, natuursteen of verzorgde cementtegels voor de vloeren en stucwerk voor de plafondafwerking. Het meubilair, meestal bestaande uit vaste kastenwanden en een toonbank, zijn vaak voorzien van houtsnijwerk. De kasten reiken tot aan het plafond en zijn meestal opgebouwd uit een combinatie van gesloten kasten en open kasten met legplanken. In het interieur zijn attributen terug te vinden die verwijzen naar het beroep van een apotheek zoals de mortier, apothekerspotten in keramiek of glas en een lezenaar voor het receptenboek. Doorgaans zijn er symbolische beeltenissen die verwijzen naar het apothekersberoep, zoals de slang met de kelk of de godin Hygieia, patrones van de apothekers. Er zijn diverse verschijningsvormen bekend. Zo kan een vrijstaand beeld van de patrones in de kastenwand verwerkt zijn, of zijn de beeltenissen geschilderd of verwerkt in het meubilair of in het geëtst glas van ramen en deuren. Wat de stijl van het interieur betreft, werden er naar gelang de periode, locatie en smaak van de eigenaar, verschillende stijlen toegepast in het apothekersinterieur. Neoclassicistische en neo-Vlaamserenaissance-stijl komen echter het vaakst voor.

Enkele voorbeelden van gaaf bewaarde apotheekinterieurs (1800-1914) zijn:

-Apotheek Van Der Linden, °1838 en vroege 20ste eeuw (Annonciadenstraat 21, Gent)

-Apotheek, °1876 (Oudburg 21, Gent)

-Apotheek Breckpot, °1896 (Esplanadeplein 20, Aalst)

-Apotheek Baes, °1899 (Statiestraat 15, Berchem)

-Apotheek Renneboog, °1900 (Nieuwstraat 9, Aalst)

-Apotheek Dryepondt, °1901 (Wollestraat 7, Brugge)

-Apotheek Vanhoof, °1907 (Langestraat 96, Borgerhout)

-Apotheek Leroy, °1913 (Koningin Elisabethlaan 148, Gent)

-Apotheek Maus, °onbekende datum (Lange Leemstraat 74, Antwerpen)

Van **andere 19de- en vroeg 20ste-eeuwse winkeltypes** bleef slechts uitzonderlijk het interieur bewaard. Een voorbeeld hiervan is **kruidenierszaak** Huis De Vos uit 1880 (Pontstraat 73, Aalst). Bij kruidenierszaken, die instonden voor de verkoop van dagdagelijkse producten, treffen we een eerder functionele aankleding aan. De interieurdecoratie is opvallend sober, in vergelijking met een apothekersinterieur. Het meubilair is gedecoreerd met sober houtsnijwerk en er ligt een kleurrijke cementtegelvloer. Net als bij de apotheek bestaat het meubilair uit een houten toonbank en wandkasten.

In de Sint-Pietersnieuwstraat 84-96 in Gent is een appartementsgebouw uit 1907 bewaard met twee geïntegreerde winkelpanden op de gelijkvloerse verdieping. In het linkse winkelpand was een kruidenierszaak "Au Bon Marché" ondergebracht, die qua uitwerking sterke gelijkenissen vertoont met Huis De Vos. De wanden zijn volledig afgewerkt met open houten rekken met een sobere versiering in houtsnijwerk. Er ligt een kleurrijke cementtegelvloer. Ook de houten winkelpui is zeer typerend voor deze periode (cf. supra).

Slagerij Mertens in Aalst is een zeldzaam voorbeeld van een **slagerij** uit 1910. De interieurs van handelszaken uit de voedingssector, en slagerijen in het bijzonder, zijn erg kwetsbaar omdat zij vaak wijzigingen ondergaan omwille van veranderingen in hygiëne-voorschriften of technische vernieuwingen. Het decoratieve interieur ging daarom bij de meeste slagerijen verloren achter vlakke en makkelijk afwasbare afwerkingen. Recent werd de originele interieurafwerking van Slagerij Pauwels (°1920; Sint-Jansplein 35, Antwerpen) sterk aangepast door de toevoeging van een storende nieuwe betegeling. Het interieur van Slagerij Mertens bleef echter wel bewaard en bestaat uit een volledig betegelde ruimte, aan de straatzijde voorzien van een grote winkelpui. Van een koeltoog was in 1910 nog geen sprake, men gebruikte aanvankelijk een (ijs)kelder en sinds 1953 staat er een grote vrijstaande koelcel in de slagerij. De toonbank is, omwille van hygiënische voorschriften voorzien van een marmeren werkblad en is aan de buitenzijde volledig betegeld met geglazuurde bouwceramiek. Er ging bijzonder veel aandacht naar de verzorgde afwerking van het interieur, getuige de decoratieve tegeltableaus op de wanden, de glas-in-loodramen en de imitatie-mozaïekvloer.

Drogisterij De Walvis (Ankerstraat 27, Sint-Niklaas) is een **drogisterij** uit 1919. Een drogisterij is een soort apotheek waar je allerlei middeltjes kan kopen voor huishoudelijke en (semi-)medicinale toepassingen. Men vindt er allerlei kruiden, chemische producten, gifstoffen, cosmetica, schoonmaakproducten, etc. Het interieur is vergelijkbaar met dat van een apotheek, maar doorgaans met een minder luxueuze afwerking. Typerend is de grote kastenwand met schuifjes en rekken voor de honderden soorten kruiden en producten. Deze vindt men ook terug in Drogisterij De Walvis, compleet met op maat gemaakte ladder. Er is ook een houten toog aanwezig, aan de voorzijde voorzien van een glazen vitrinekast. Aansluitend op de winkelruimte bevindt zich een woonkamer.

In de 19de eeuw waren er ook speciaalzaken en luxewinkels, gericht op de behoeften van de gegoede sociale klasse. Deze winkels kenmerken zich door een rijke uitwerking zowel wat het interieur als het exterieur betreft. Een voorbeeld hiervan is onder meer de **juwelier** Ruys (°1902; Sint-Jorispoort 26, Antwerpen). Dit is één van de best bewaarde winkels in Antwerpen. Deze juwelierszaak is sinds 1902 gevestigd in een statig pand met rijk aangeklede gevel en interieuraankleding. Het meubilair bestaat uit een aantal losse toonbanken en wandmeubels. Omwille van de kostbare koopwaar zijn deze wandmeubels geen open rekken maar beglaasde vitrinekasten. Aansluitend zijn drie luxueuze salons achterin de winkel. In tegenstelling tot andere winkels betreft het hier geen privésalon, maar wel een private verkoopruimte voor speciale klanten of zeer kostbare producten.

De voormalige juwelier Heursel uit 1923 (Leiestraat 20, Kortrijk) is een voorbeeld van een juwelierszaak uit het interbellum. Het pand met natuurstenen gevel is voorzien van een kenmerkende winkelpui van "graniet van Zweden" en "St.-Annamarmer". Het pand bewaart een winkelinterieur van circa 1923 naar ontwerp van de firma De Coene uit Kortrijk. Het vast meubilair bestaat uit hoge vitrinekasten met glas in combinatie met schuifkasten onderaan. De kasten zijn bovenaan voorzien van bronzen sierelementen met kenmerkende bloemmotieven en lotusvormige kapitelen. Er zijn twee identieke toonbanken, onderaan voorzien van vitrinekasten.

Een ander voorbeeld van een speciaalzaak is **muziekwinkel** Rombaux in Brugge (°1923, Mallebergplaats 13, Brugge). De winkel is ondergebracht in een statig pand met fraaie en rijke interieuraankleding. In de winkelruimte treffen we een kastenwand aan waarin de partituren werden bewaard. De kleinere muziekinstrumenten zoals violen staan ten toon gesteld in kasten met glazen deuren. Achterin de winkel zijn twee luxueuze salons, die dienst deden als "auditiezaal". In hetzelfde pand is een atelier ondergebracht voor herstellingen aan muziekinstrumenten. Aangezien dit atelier en de pianotoonzaal zich op de verdiepingen bevonden, is er een handmatige pianolift aanwezig. Symbolen uit de muziekwereld en opschriften in de winkel verwijzen naar de functie als muziekwinkel.

Handschoenenspeciaalzaak Boon (Lombardenvest 2, Antwerpen) is ondergebracht in een pand met sierlijke natuurstenen gevel gekenmerkt door kolossale pilasters en postamenten met akroteria als bekroning en een trapezoidaal fronton met de huisnaam "Ganterie A. Boon", en een topstuk in de vorm van een bloemenkorf. Het winkelinterieur is sterk symmetrisch en geometrisch opgevat. De wandopbouw is driedig, met gesloten kasten in het onderste register, open rekken met groenblauwe lederen dozen voor handschoenen erboven, en melkloodglas met ingewerkte verlichting in het bovenste register; hetzelfde materiaal is toegepast voor het bovenlicht van de alkoof. De lambrisering en toonbanken hebben een verdiept paneeldecor met afgeschuinde hoeken, gecanneleerde art-decoprofielen, keperfriezen, geïntegreerde spiegels en vitrines. De vloer bestaat uit in de massa gekleurde, drooggeperste tegels in diabolovorm.

Messenwinkel Suy uit 1938 (Mechelsestraat 11, Leuven) is eveneens een typerend voorbeeld van een interbellum-winkelpand waarin de principes van het 19de-eeuwse winkelpand doorleven. De winkelruimte vooraan was oorspronkelijk voorzien van twee identieke toonbanken, deels beglaasd en geplaatst op een verhoog. Aan beide zijden zijn vaste wandkasten met open rekken en gesloten kasten. De veelkleurige marmere winkelpui bestaat uit een centrale ingang met twee flankerende vitrinekasten. Achterin bevond zich de woonkamer.

Zoals reeds aangehaald werd **verlichting** (aanvankelijk gasverlichting en vanaf de late 19de en vroege 20ste eeuw elektrische verlichting) een belangrijk element in het winkelinterieur, en dan vooral voor de winkelvitines. Uit de plaatsbezoeken in functie van dit onderzoek is gebleken dat vooral één

bepaald type verlichtingselement werd gebruikt voor verlichting van de winkelvitruines tijdens de eerste helft van de 20ste eeuw. Het betreft een klokvormige glazen lampenkap (geschikt voor één gloeilamp), die aan de binnenzijde is afgewerkt met een reflecterende glassoort of coating. De binnenzijde is in reliëf met variërende motieven, gaande van waaivormige groeven, concentrische cirkels, kleine kuiltjes tot hamerslagmotieven. Deze verlichtingselementen werden bovenaan de vitrine geplaatst, al dan niet in de vitrinekast ingewerkt. Ze komen voor in rijen van drie of meer, afhankelijk van de breedte van de vitrine. Deze verlichtingselementen komen onder meer voor bij:

-Juwelier Ruys, °1902 (Sint-Jorispoort 26, Antwerpen)

-Bakkerij Goossens, °1931 (Korte Gasthuisstraat 31, Antwerpen)

-Bakkerij Van Dessel, °1933 (Kasteelpleinstraat 64, Antwerpen)

-Messenwinkel Suy, °1938 (Mechelsestraat 11, Leuven)

De **vitrinekasten** waren heuse meubels, waarvan de uitwerking afhankelijk was van de grootte en de aanwezigheid van een winkelpui. Bij winkelpuien treft men vaak een volledige beglaasde vitrinekast aan, waarbij de achterwand tot aan het plafond reikt. Voorbeelden hiervan vindt men o.a. terug bij:

Juwelier Heursel, °1923 (Leiestraat 20, Kortrijk)

Juwelier Ruys, °1902 (Sint-Jorispoort 26, Antwerpen)

Messenwinkel Suy, °1938 (Mechelsestraat 11, Leuven)

Wanneer geen pui aanwezig was en men bestaande vensteropeningen als etalage gebruikte werd deze meestal afgeschermd met een lage scheidingswand in hout. Zo werd de koopwaar tegen mooie achtergrond tentoongesteld. De scheidingswand is doorgaans gedecoreerd met houtsnijwerk en werd uitgevoerd in verschillende stijlen. Soms is bovenrand voorzien van een balustrade of ander bekroning. Bewaarde voorbeelden zijn o.a.:

-Drogisterij Drogisterij De Walvis, °1919 (Ankerstraat 27, Sint-Niklaas)

-Tabak Meinertzhagen (Sint-Jorispoort 5, Antwerpen)

-Apotheek Maus, °onbekende datum (Lange Leemstraat 74, Antwerpen)

-Drankenhandel De Clercq, °1905 (Zamanstraat 2, Sint-Niklaas)

-Apotheek Renneboog, °1900 (Nieuwstraat 9, Aalst)

-Huis De Vos, °1880 (Pontstraat 73, Aalst)

In beide varianten werd soms gewerkt met spiegels, om de koopwaar van verschillende zijden te tonen, om het licht te reflecteren en om een diepteperspectief te creëren.

Een laatste veelvoorkomend element dat we terugvinden bij 19de-eeuwse en 20ste-eeuwse winkelvitruines zijn de **koperen statieven met glazen legplanken**. Deze komen zowel voor in winkels voor de gewone man (bakkerijen, drogisterijen, kruidenierszaken, etc.) als in speciaalzaken (juwelier, messenwinkel, etc.). Men vindt ze o.a. terug in volgende winkels:

-Bakkerij Goossens, °1931 (Korte Gasthuisstraat 31, Antwerpen)

-Bakkerij Van Dessel, °1933 (Kasteelpleinstraat 64, Antwerpen)

-Huis De Vos, °1880 (Pontstraat 73, Aalst)

-Juwelier Ruys, °1902 (Sint-Jorispoort 26, Antwerpen)

-Messenwinkel Suy, °1938 (Mechelsestraat 11, Leuven)

In het algemeen kunnen we stellen dat het 19de-eeuwse winkelinterieur enkele grote gelijkenissen vertoonde met het vroeg 20ste-eeuwse winkelinterieur, waarvan er veel meer bewaarde voorbeelden zijn (cf. infra). De **winkelruimte** situeerde zich doorgaans aan de straatzijde, waar zich ook de winkelvitrine bevindt. Hier werd de koopwaar tentoongesteld en verkocht. Ongeacht de koopwaar die men aanbood, bestond de winkeluitrusting doorgaans uit één of meerdere toonbanken, aangevuld met vaste en/of losse wandkasten. Vaak werden twee toonbanken tegenover elkaar geplaatst, die zich al dan niet op een verhoog bevonden (zoals bij Messenwinkel Suy, °1938 (Mechelsestraat 11, Leuven) en Juwelier Heursel (Leiestraat 20, Kortrijk)). Ook winkels met maar één toonbank hadden soms een verhoog voor de winkelier, dat slechts in uitzonderlijke gevallen bewaard is gebleven (zoals bij drogisterij De Walvis, °1919 (Ankerstraat 27, Sint-Niklaas)). De toonbanken werden doorgaans haaks ten opzichte van de gevel geplaatst. Deze meubels werden meestal uitgevoerd in hout en zijn soms voorzien van een glazen vitrinekast, een metalen handgreep en werkbladen in natuursteen. Bij winkels die voedingsmiddelen verkochten werd vooral gekozen voor materialen die omwille van de hygiëne gemakkelijk afwasbaar waren. De wandkasten waren eveneens meestal in hout en konden zowel met open rekken of gesloten kasten zijn. Soms is er een vaste ladder aanwezig om de bovenste kasten te kunnen bedienen. Aansluitend op de winkelruimte bevond zich vaak een **salon of woonkamer**. Dit was vaker het geval bij woon-winkelpanden waarbij de winkeluitbater woonde op de bovenliggende verdiepingen. De inrichting of stijl van de interieurdecoratie varieerde en is afhankelijk van de locatie, de aangeboden koopwaar en het doelpubliek (cf. supra).

2.4.4. Een nieuw type winkels: de winkelgalerijen en grootwarenhuizen

Uit bovenstaande tekst is reeds duidelijk gebleken dat technische verwezenlijkingen en maatschappelijke evoluties het winkellandschap tijdens de 19de eeuw danig hebben getransformeerd. Er ontstonden diverse types winkels naast elkaar waarvan de architecturale uitwerking steeds onderhevig was aan modeverschijnselen en technische evoluties. Gelijktijdig met deze evoluties trad er een schaalvergroting op van het winkellandschap. Deze schaalvergroting kwam fysiek tot uiting in twee nieuwe winkeltypes die in de 19de eeuw ontstonden, met name **winkelgalerijen en grootwarenhuizen**. Het fenomeen winkelgalerijen kwam overgewaaid uit Parijs tijdens het tweede kwart van de 19de eeuw. Het systeem waarbij tussen twee straten een overdekte doorsteek werd gecreëerd, volledig ingericht met winkels, kende aanvankelijk een groot succes. De Koninklijke Sint-Hubertusgalerijen in Brussel (1847) zijn het bekendste Belgische voorbeeld, maar het fenomeen kende ook navolging in de andere Europese grootsteden. De schaalvergroting van het winkellandschap kwam eveneens tot uiting in het fenomeen grootwarenhuizen, dat aan het einde van de 19de eeuw vanuit Parijs zijn weg vond naar onze gewesten. De architectuur van deze volledig nieuw opgerichte gebouwen was volledig gericht op het winkelen. Door middel van opvallende en gedecoreerde gevels met grote uitstalramen die nauwelijks onderbroken werden, lokte men de klant naar binnen. Men kon vrij rondlopen tussen de koopwaar, die vaak was uitgestald over verschillende open niveaus verbonden door galerijen. De grootwarenhuizen waren gericht op de nieuwe heersende klasse, de welstellende burgerij, en werden ingericht op de drukke winkelplaatsen of langs de (nieuwe) invalswegen naar de steden. Zowel winkelgalerijen als grootwarenhuizen zijn, elk op hun eigen manier, de ultieme veruitwendiging van de economische en sociale transformaties die de 19de-eeuwse maatschappij

heeft ondergaan. Winkelen diende niet alleen meer functionele doeleinden, maar is ook geëvolueerd tot een tijdverdrijf in een aangename omgeving. Deze evoluties zetten zich verder gedurende de 'lange 19de eeuw' tot aan de Eerste Wereldoorlog, die een grondige verstoring voor het handelsapparaat betekende.

2.5. Traditie en vernieuwing tijdens het interbellum

Na de Eerste Wereldoorlog leefden de tijdens de 19de eeuw ingezette evoluties in de detailhandel gestaag door. Woonwinkelhuizen met een grote winkelpui op de begane grond werden nog steeds gebouwd of aangepast en bleven het dominante winkeltype. Vanzelfsprekend werden aanpassingen aan bestaande winkelpanden uitgevoerd in de contemporaine bouwstijlen zoals de beaux-artsstijl, de art deco en de vele varianten van het modernisme. Soms greep men nog terug naar de late art nouveau en zelfs het neoclassicisme. Bepaalde winkelpuien werden afgewerkt met nieuwe of populaire materialen zoals gekleurde tegels, bouwkeraamiek of marbriet, een blinkende gevelbekleding die vooral in de jaren 1930 werd toegepast. Voorbeelden hiervan zijn onder meer bakkerij Goossens en bakkerij Van Dessel in Antwerpen (cf. supra). Bij bakkerij Goossens dateert de winkelpui in zwarte labradormarmer van 1930. Het opschrift in koperen belettering is ook typisch voor die periode. Bakkerij Van Dessel heeft een winkelpui van graniet en is ook voorzien van een gelijkaardige belettering.

In de bovenlichten van de winkelramen werden vaak veelkleurige glas-in-loodramen aangebracht die aandacht van de voorbijganger moesten trekken. Veelal vond men hierin een verwijzing naar de handelswaar die in de winkel werd verkocht. In de jaren 1930 zou het glas-in-loodraam mee evolueren naar een meer modernistische vormgeving. De typerende **opbouw en indeling van de winkelpuien** bleven aanvankelijk in essentie nog dezelfde als op het einde van de 19de eeuw. De winkelpui was uitgevoerd in beschilderd hout of in natuursteen, boven een plint in blauwe hardsteen. Centraal of links van het gevelbrede winkelraam vond men één of twee toegangsdeuren. Soms waren beide toegangsdeuren (één voor de winkel en één voor de bovenliggende woongelegenheden) gecombineerd in een verdiept portaal. De strak modernistische vormgeving die halverwege de jaren 1920 doorbrak zou de voortschrijdende **ontwikkeling naar gevelbrede winkelpuien** nog verder stimuleren. Steeds vaker werd de travee-indeling van de bovenliggende verdiepingen genegeerd. De winkelpui kwam zo voor het eerst echt los te staan van de rest van de gevel, hetgeen bij een toepassing in historische panden tot zeer storende realisaties heeft geleid. Langzaam maar zeker werd de winkelpui een abstracte, asymmetrische compositie van horizontale en verticale vlakken en/of volumes in verschillende kleuren en materialen.

Naast de bloeiende detailhandel werden tijdens het interbellum **grootwarenhuizen** nog steeds volop gebouwd, al was er een zekere schaalvergroting merkbaar. Ook hier deden de reeds vermelde technische en vormelijke innovaties hun intrede. **Autogarages** vormen een nieuw en boeiend type handelszaak dat ontstond tijdens het interbellum, maar dat niet tot de scope van dit onderzoek behoort. **Verlichting** ging tijdens het interbellum een steeds grotere rol spelen in de vormgeving van de etalage en de inrichting van de winkelpui. De opkomst van de neon-gevelreclame was een feit, maar zou pas volledig doorbreken na de Tweede Wereldoorlog.

Wat het **winkelinterieur** betreft kunnen we stellen dat, tenminste voor de detailhandel, de basisprincipes van het 19de-eeuwse winkelinterieur bleven doorleven, zoals reeds uitgebreid besproken in hoofdstuk 2.4.3. Het typerende meubilair, de ruimteverdeling en de basiscomponenten blijven in grote mate gelijk. Uiteraard evolueerde hun uitwerking verder naargelang de ontwikkeling van nieuwe (interieur)stijlen uit het interbellum.

2.6. Veranderingen in het winkellandschap tijdens de naoorlogse periode

Na de Tweede Wereldoorlog leven de tijdens het interbellum ingezette veranderingen aan het winkellandschap verder door. **Stilistisch** is er in de jaren 1940 sprake van een voorzichtige terugkeer naar het ornament (fronton boven de deuroplijsting, gegroefde pilasters, etc.). Binnen de winkelinterieurs treffen we twee types aan, enerzijds de vrij traditionele aankleding en anderzijds de z.g. jaren expo 58 stijl.

Vanaf de jaren 1950 breekt de vormgeving door die wordt aangeduid als de 'Expo 58-stijl'. Deze stijl wordt gekenmerkt door asymmetrische volumes, schuine lijnen, uitgerekte vormen, parabolen, etc. Ook de boemerang-vormige deurklink is een typerend element. De voorgevel wordt volledig opengewerkt met bijna gevelbrede glaswanden die soms tot aan de zoldering rijken. Men gebruikte hiervoor gehard glas, in combinatie met stalen of aluminium raamprofielen, vaak in een bronskleurige of vergulde tint. Rond deze ramen komt een omlijsting in natuursteen voor. De combinatie van deze ramen met gevelvlakken van kleine steentjes, mozaïekvariaties en tegelcomposities is eveneens een veelvoorkomend stilistisch element. In de naoorlogse periode brak ook de gevelreclame met tl-verlichting in grote reclamebakken volledig door.

Vanaf de jaren 1950 en '60 ziet men ook voorbeelden waarbij de **winkelpui wordt doorgetrokken** naar de bovenliggende verdieping. In de typische gordijngesels met imposante stalen constructies en grote glaspartijen is de verwijzing naar de 19de-eeuwse houten winkelpui ver te zoeken. Door de grote glaswanden kijkt de klant de eigenlijke etalage van het gebouw voorbij en wordt deze rechtstreeks aangetrokken door het interieur. Een representatief voorbeeld is de apotheek Lambrecht in Aalst (Heilig Hartlaan 10, Aalst). Een totaalconcept naar ontwerp van Pieter De Bruyne uit 1964 voor zowel het interieur als het exterieur. Het pand kenmerkt zich door de gordijngesels waarbij de lijnen van het exterieur worden herhaald in de aankleding van het interieur. In het interieur wordt gestreefd naar een doorgedreven eenvoud, evenwicht en soberheid. Pieter De Bruyne deed dit o.m. door de basiseenheid van het vierkant van 90x90 cm te herhalen in alle elementen van zijn ontwerp.

Andere winkelpanden brachten in het interieur een mezzanineverdieping of galerij aan. Soms werd aan de straatzijde een uitkragende erker voorzien boven de doorgetrokken beglaasde winkelpui waardoor deze werd benadrukt. Een ander naoorlogs verschijnsel is de zogenaamde **inloopwinkel**, waar de klant tussen eilandvitrines of -etalages de koopwaar kon bekijken, zonder de winkel binnen te gaan. Een andere tactiek die gebruikt werd om de klant naar binnen te leiden was door toevoeging van een **verlengde inloop of portiek**, met etalages aan beide zijden. Een voorbeeld hiervan treffen we aan in Leuven bij de voormalige Textielhuis Verhasselt van 1946 (Pensstraat 9, Leuven).

In de naoorlogse periode evolueerde het fenomeen van winkelgalerijen verder en ontstonden er nieuwe of grotere varianten die we vandaag als **winkelcentra** benoemen. Een andere belangrijke verschuiving is de evolutie van warenhuizen naar **supermarkten** die zowel binnen als buiten de stadscentra werden opgericht. Met de opkomst van de auto als belangrijkste vervoersmiddel voor het grote publiek werden locaties buiten de stad met grote parkeergelegenheden aantrekkelijker. Vooral langs belangrijke verbindingswegen zag men deze nieuwe grootschalige handelszaken verschijnen. Samen met het naoorlogse fenomeen waarbij stadscentra steeds meer ontvolkt werden ten voordele van de minder dichtbevolkte randgemeenten, zou dit zorgen voor een sterke terugval van de lokale kleinschalige buurtwinkel.

Ook in de naoorlogse periodes zijn er winkels die de traditionele opbouw blijven behouden. Een voorbeeld van een vrij traditioneel type is Bakkerij Rosseel in Brugge. Het sobere maar typerende

interieur dateert van ca. 1956. De bakkerij bestaat uit een winkelruimte met aansluitende gelagzaal. De lambrisering van de gelagzaal is voorzien van vaste banken bekleed met imitatie-leder ("skai"). In de winkel is de koeltoog, de typische vloer en wandkast nog bewaard gebleven. De winkelpui is aan de binnenzijde voorzien van een traditioneel koperen statief met glazen legplanken.

Bibliografie:

EVERAERT G. (red.) 2016: *Verleidelijke vitrines. 700 jaar winkelpuien in Gent*, Gent.

Ennekens K. 2014: *Goed bewaarde winkelinterieurs*, Antwerpen.

Everaert G. (red.) 1993: *Vensters. Zeven eeuwen techniek en esthetiek*, Gent.

SEGRS E.G. & WITTOP KONING D.A. 1958: *De oude apotheek in de Benelux*, Deventer.

<https://inventaris.onroerenderfgoed.be/> (geraadpleegd in april 2017).

3. Winkelinterieurs in Vlaanderen

Bij de opmaak van een onderbouwde selectie voor het beschermen van winkelinterieurs, is kennis van het relevante bouwkundig patrimonium onontbeerlijk. Hoeveel winkelinterieurs zijn vandaag nog bewaard en in welke mate bewaren zij hun authentieke elementen? Wat voor winkelpanden zijn dit en waarom bleven bepaalde types handelszaken beter bewaard dan andere? Even belangrijk voor het maken van een selectie, is een duidelijk zicht hebben op wat reeds beschermd is.

3.2. Inventaris van het bouwkundig erfgoed

Het exacte aantal bewaarde historische winkelinterieurs in Vlaanderen is moeilijk te achterhalen. De modegevoelige en steeds evoluerende aard van het winkellandschap is hiervan de voornaamste oorzaak. Een overzicht op basis van de inventaris van het bouwkundig erfgoed geeft dan ook slechts een indicatie van het aantal bewaarde winkelinterieurs in Vlaanderen.

Een zoekopdracht in de databank van de inventaris van het bouwkundig erfgoed naar de typologie "handelsgebouwen"⁷ leverde maar liefst 4986 resultaten op. Het exacte aantal winkels ligt echter aanzienlijk lager. Onder de term "handelsgebouwen" worden namelijk niet alleen winkels zoals apotheken, bakkers en warenhuizen begrepen, maar ook marktplaatsen en hallen (zoals een vleeshal, vismijn, lakenhal, waag- en veilinggebouwen), kiosken, etc. De typologische zoekterm "handelsgebouwen" wordt bijvoorbeeld ook toegekend aan panden waarvan de handelsfunctie uitsluitend nog af te leiden valt uit een winkelpui.

Wanneer we de inventaris doorzoeken op "bouwkundige relictten" met het trefwoord "winkel", dan levert dit 1617 resultaten op. Ook hier zijn de resultaten zeer divers en zijn lang niet alle inventarisitems relevant voor dit onderzoek.

Hierbij is het belangrijk op te merken dat de inventaris niet voor elke gemeente even actueel is. In bepaalde gemeentes zijn winkel(interieur)s uit de late 19de en 20ste eeuw bijgevolg niet (of nauwelijks) opgenomen in de inventaris. Bovendien zijn er grote regionale verschillen in de uitwerking van de inventarisfiches, ten gevolge van herinventarisatiecampagnes, thematisch onderzoek, ad hoc-

⁷ <https://inventaris.onroerenderfgoed.be/thesaurus/typologie/885> (geraadpleegd op 22 mei 2017).

aanvullingen, etc. De inventaris is bovendien toegespitst op de gevelarchitectuur, op hetgeen wat zichtbaar is vanaf de openbare weg, waardoor winkelinterieurs a priori buiten het onderzoeksgebied van de inventaris vallen en niet overal systematisch zijn geregistreerd. Desalniettemin blijft de inventaris van het bouwkundig erfgoed het meest geschikte instrument .

Zoals reeds vermeld is het, zonder een echte herinventarisatiecampagne met plaatsbezoeken over gans Vlaanderen, niet mogelijk om een exact beeld te krijgen van het aantal bewaarde winkelinterieurs.

3.3. Inventarisatie door Arsène VZW

In de recente publicatie **'Goed bewaarde winkelinterieurs'** door Katherine Ennekens (2014) worden enkele van de best bewaarde winkelinterieurs in België besproken.⁸ Deze publicatie werd uitgevoerd door Arsène vzw die zich toelegt op de inventarisatie en het behoud van winkelinterieurs in België. In totaal werden 83 panden opgenomen in het verzamelwerk, waarvan er 40 in detail worden toegelicht. Deze publicatie betreft **geen gebiedsdekkend en exhaustief onderzoek**, maar wel een zeer gerichte evaluatie van de meest bekende en de (voor zover bekend) best bewaarde winkelinterieurs in België. Er zijn echter nog tal van minder bekende voorbeelden, die voor bescherming in aanmerking zouden kunnen komen. Landelijke gebieden blijven bijvoorbeeld onderbelicht in deze publicatie. De geografische spreiding is eveneens geen exacte weerspiegeling van het erfgoed in kwestie. Desondanks vormt deze publicatie een degelijke basis als uitgangspunt voor dit onderzoek. De informatie die Arsène vzw verzamelt is beschikbaar op de website (<http://www.arsene.org/>), waar steeds recent ontdekte winkelinterieur worden toegevoegd, en intussen verdwenen interieurs te raadplegen zijn.

3.4. Reeds beschermde winkelinterieurs

De zoekopdracht in de databank van de inventaris van het bouwkundig erfgoed naar als monument beschermde "handelspanden" leverde 289 resultaten op. Het exacte aantal beschermde winkelinterieurs ligt echter aanzienlijk lager. Zoals hoger reeds vermeld wordt onder de term "handelspanden" namelijk niet alleen winkels voor detailhandel begrepen, maar ook warenhuizen, marktplaatsen, hallen, kiosken en brouwerijen, etc. Aangezien de aanwezigheid van een winkelinterieur een uitsluitende voorwaarde is voor opname in dit onderzoek, werd de inventaris doorzocht op beschermde monumenten en niet op stads- en dorpsgezichten. Er zijn heel wat panden met een bewaarde winkelpui opgenomen in een beschermd stads- of dorpsgezicht. Gezien de focus op het interieur worden deze panden dus niet opgenomen in dit overzicht. Maar zelfs niet alle beschermde monumenten met trefwoord "handelspanden" zijn relevant voor dit onderzoek, aangezien soms alleen de winkelpui, of de gevels en bedaking als monument zijn beschermd. Bovendien zijn er ook als monument beschermde panden met een (deels) bewaard winkelinterieur, die niet omwille van dit interieur werden beschermd. Zo zijn er bijvoorbeeld heel wat als monument beschermde historische panden waarin een jonger winkelinterieur of winkelpui bewaard is. Deze elementen vormen weliswaar vaak een waardevol onderdeel van het historische pand, maar waren niet noodzakelijk de aanleiding voor de bescherming en zijn soms niet vermeld of beschreven in de inventarisfiche of aanduidingsfiche.

In tegenstelling tot de 1617 geïnventariseerde 'winkels' is de lijst van 289 als monument beschermde items met trefwoord "handelspanden" relatief kort en beter te verwerken. Wanneer we deze lijst

⁸ Ennekens K. 2014: *Goed bewaarde winkelinterieurs*. Antwerpen.

manueel overlopen en alleen de 'echte' winkelpanden onderscheiden, volgens de definitie die in dit onderzoek wordt gehanteerd (cf. supra), alsook de panden uitsluiten waar het interieur (vermoedelijk) niet bewaard bleef, dan wordt de lijst **gereduceerd van 289 naar 21**. Desondanks deze manuele selectie van de zoekresultaten, blijft dit cijfer slechts een benadering van de werkelijkheid. Van sommige items is namelijk niet met duidelijkheid te achterhalen of het interieur al dan niet bewaard bleef.⁹

Bij de 21 beschermde winkelinterieurs in Vlaanderen zijn er **elf apotheken**, hoofdzakelijk daterend uit de 19de eeuw. Het relatieve overwicht aan dit winkeltype valt vermoedelijk te verklaren door het feit dat deze waardevolle en vaak luxueuze interieurs reeds vroeger werden geapprecieerd dan de doorsnee detailhandel. Bovendien bleven ze vermoedelijk langer bewaard aangezien een apotheekinrichting (in theorie) minder onderhevig is aan modernisering, dan bijvoorbeeld een slagerij.

Er zijn daarnaast **zeven andere winkels** beschermd als monument, gaande van een tabakswinkel of een mosterdwinkel tot een papierhandel.¹⁰ Opnieuw zijn vooral 19de- en vroeg 20ste-eeuwse het sterkst vertegenwoordigd. Oudere restanten van winkelinterieurs zijn bijzonder zeldzaam (cf. supra). Jongere voorbeelden (vanaf het midden van de 20ste eeuw) worden pas recent gewaardeerd waardoor zij voorlopig ondervertegenwoordigd zijn in aantal beschermingen.

Tenslotte vermelden we nog **twee beschermde winkelgalerijen en één grootwarenhuis**, eveneens daterend uit de 19de eeuw.¹¹

4. Decretale waarden

4.1. Historische waarde

Definitie: Een onroerend goed heeft historische waarde als het getuigt van een (maatschappelijke) ontwikkeling, gebeurtenis, figuur, instelling of landgebruik uit het verleden van de mens.

Het feit dat een handelspand met winkelinterieur een weerspiegeling is van (een deel van) de maatschappij en de tijd waarin het werd opgericht, verleent het een historische waarde. In sommige gevallen bezit ook de locatie een belangrijke historische waarde, wanneer het handelspand is gelegen op een (soms eeuwenoude) locatie van handeldrijven, bijvoorbeeld in een belangrijke winkelstraat of aan een marktplein. Hiermee verbonden is de manier waarop openbare ruimte vandaag nog steeds wordt gestructureerd, waarbij (detail)handel is geconcentreerd in bepaalde winkelstraten en markten of langs grote verbindingssassen en invalswegen, een relict van het organisch gegroeide ruimtegebruik ten gevolge van het handel drijven. Daarnaast kan ook de lange voorgeschiedenis van commercieel gebruik in een bepaalde pand de historische waarde motiveren.

Een bepaald type handelspand kan representatief zijn voor historische, demografische of sociaal-economische veranderingen in de maatschappij. De typologische evolutie van het winkelpand van werkplaats of atelier, over winkelpand (al dan niet met winkelraam of pui) tot de eerste grootwarenhuizen, is hiervan een voorbeeld. Deze evolutie is gerelateerd aan technologische

⁹ Er werden zestal twijfelgevallen geregistreerd: (Inventaris-ID: 5589; 25181; 25538; 51367; 55431; 56524) (Bron: <https://inventaris.onroenderfgoed.be/aanduidingsobjecten/zoeken> (geraadpleegd in april 2017).

¹⁰ (Inventaris-ID: 6059; 10151; 20065; 24832; 50832; 72693; 77733) (Bron: <https://inventaris.onroenderfgoed.be/aanduidingsobjecten/zoeken> (geraadpleegd in april 2017).

¹¹ (Inventaris-ID: 4219; 56937; 300928) (Bron: <https://inventaris.onroenderfgoed.be/aanduidingsobjecten/zoeken> (geraadpleegd in april 2017).

voortgang in de glasproductie en de sociaal-maatschappelijke veranderingen die winkelen doen uitgroeien tot een vrijetijdsbesteding, als ook de overgang van artisanale naar industriële productie. Een bepaalde typologie winkelpand kan ook kenmerkend zijn voor een specifieke periode of geografisch gebied. Tenslotte kan de historische waarde van het winkelpand ook bepaald worden de ouderdom van de constructie zelf, of door de aanwezigheid van oudere kernen en het hergebruik van oudere elementen (al dan niet gerelateerd aan handel drijven, zoals bijvoorbeeld een oudere pui-constructie).

4.2. Architecturale waarde

Definitie: Een onroerend goed heeft architecturale waarde als het getuigt van een fase of aspect van de (landschaps)architectuur of de bouwkunst in het verleden. Het kan gaan om typologie, stijl, oeuvre of materiaalgebruik.

Handelspanden zijn ontworpen om klanten aan te trekken. De gevelarchitectuur en het interieurontwerp van het handelspand nemen in dit opzicht vaak een belangrijke plaats in. Ook de winkelpui en gevelreclame zijn architecturaal vaak zeer typerende elementen. Vanuit architectuurhistorisch opzicht zijn winkelpanden een bijzonder interessant gegeven, aangezien zij steeds mee-evolueerden met de laatste mode en bijgevolg vaak een hoge architecturale waarde bezitten.

De architectuur van een handelspand is afgestemd op het doelpubliek. Winkels die effectief als winkel werden gebouwd (wanneer het pand en de winkel op hetzelfde moment zijn gebouwd, in tegenstelling tot het onderbrengen van een winkel in een bestaand pand), zijn vaak opgericht in de contemporaine heersende stijl. Door hun avant-gardisme proberen sommige winkeliers een specifiek clientele aan te trekken. Nog meer dan bij andere bouwwerken fungeert de architectuur van een handelspand letterlijk en figuurlijk als een uithangbord voor de winkel en is die erop gericht om de klant aan te trekken en de status van de winkelier (en het clientele) te veruitwendigen.

De architecturale uitwerking van het handelspand is nauw verbonden met het winkeltype en de koopwaar die men aanbiedt. Een juwelier zal doorgaans een rijkere aankleding hebben dan een drogisterij. Minder luxueuze handelspanden kunnen echter ook architecturale waarde bezitten door hun typerende (doorgaans meer functionele) vormgeving. Daarnaast is de opstelling van de winkelinrichting ook een belangrijk element. De winkel moet er niet enkel mooi uitzien, maar moet functioneel zijn en had tot doel om zoveel mogelijk te verkopen. Bij de opstelling van de toonbanken en de rekken voor winkelwaren werd hiermee rekening gehouden. Een goed architecturaal concept gericht op de verkoop kan een winkel bijgevolg een architecturale waarde verlenen.

Een handelspand kan een architecturale waarde bezitten als realisatie van een bepaalde architect en kan zowel uitzonderlijk als representatief zijn voor diens oeuvre. De mate waarin het pand wordt gewaardeerd in de eigentijdse literatuur kan hierbij ook van belang zijn. De architecturale waarde kan eveneens worden toegekend wanneer het handelspand een zeer representatief voorbeeld is van een bepaalde typologie, en hierdoor zeer herkenbaar is. Terzelfdertijd zijn sommige handelspanden juist zeer uitzonderlijk op architecturaal vlak. Bij het toekennen van de architecturale waarde wordt gelet op volgende elementen:

- Materiaalgebruik.
- Typologie naar schaal (buurtwinkel, winkelgalerij, grootwarenhuis, woon-winkelhuis, etc.).
- Typologie naar functie (bakker, apotheek, kledingzaak, etc.).
- Vormgeving.
- Ruimte- en volumewerking.
- Aanwezigheid en vormgeving van het winkelraam of -pui.
- Aanwezigheid van reclame.

- Gebouwd als winkel, versus winkel ondergebracht in een bestaand pand.
- Ensemblewaarde: zijn alle elementen aanwezig, zowel het winkelpand, winkelpui, interieurelementen, werkplaats, opslagruimte, verbruiksruimte, etc.
- Architect en/of ontwerper.
- Locatie: (a)typische inplanting van dit winkel-type op een bepaalde locatie.
- Context: oorspronkelijke context van het winkelpand bewaard (hoekwinkel in een 19de-eeuwse arbeiderswijk, apotheek in nieuw gebouwde stationswijk, vroeg 20ste-eeuws grootwarenhuis aan een belangrijk kruispunt van invalswegen naar de stad, etc.

4.3. Artistieke waarde

Definitie: Een onroerend goed heeft artistieke waarde als het getuigt van het kunstzinnige streven van de mens in het verleden.

De artistieke waarde van handelspanden wordt grotendeels gevormd door de diverse afwerkingsvormen van het interieur. Deze elementen kunnen zowel representatief of uitzonderlijk zijn voor bepaalde kunststromingen, winkeltypes, stijlen, of ontwerpers. Met de interieurafwerkingen van handelspanden worden zowel de afwerking van de verkoopsruimte, als deze van aansluitende productie- of stockageruimten en woonvertrekken bedoeld. Er is in het bijzonder aandacht voor de elementen en het meubilair dat typerend is voor winkels, zoals een toonbank, (wand)kasten en -meubelen, maar ook opslagrekken en -kasten (met of zonder bijhorende ladders), meubilair van de productieruimte of preparatieruimte (apotheken), zitmeubelen voor cliënteel, etc.

De winkelramen en -puien waren bij uitstek een modegevoelig element van de handelszaken. Hun uitwerking en vormgeving bezitten dan ook vaak een hoge artistieke waarde. De vitrinekasten aan de binnenzijde behoren hier ook toe, gaande van gevelhoge elementen tot lage houten afschermwanden, al dan niet met typerende glazen legplanken op koperen steunen.

De ensemblewaarde, het samengaan van interieurafwerking, (gevel)architectuur en meubilair in een totaalconcept wordt eveneens gevat onder artistieke waarde.

4.4. Industrieel-archeologische waarde:

Definitie: "Een onroerend goed heeft industrieel-archeologische waarde als het getuigt van een ambachtelijk of industrieel verleden."

De industrieel-archeologische waarde wordt bij winkelpanden gevormd door elementen die een deel van het productieproces of werking van de handelszaak illustreren. Dit kan bijvoorbeeld gaan om een bakkersoven, werktuigen uit een atelier verbonden aan de winkel of een pianolift in een muzikwinkel.

5. Selectiecriteria voor bescherming

Bij de selectie van handelspanden/winkelinterieurs die in aanmerking komen voor een bescherming als monument werden volgende criteria vooropgesteld: **zeldzaamheid, herkenbaarheid, representativiteit, ensemblewaarde, contextwaarde en authenticiteit.**

5.1. Zeldzaamheid

Definitie: Zeldzaamheid geeft aan in hoeverre het onroerend goed uitzonderlijk voorkomt in relatie met de geografische context, de historische context, de typologie of het oeuvre.

Handelspanden of winkels zijn geen zeldzaam gegeven in Vlaanderen (het onderzoeksgebied). Winkels met een waardevol en goed bewaard interieur zijn dit daarentegen wel. Zo kan een bepaald type winkel zeldzaam zijn geworden in Vlaanderen of in de context van waar het pand zich bevindt. Goed bewaarde hoedenwinkels, messenwinkels, muziekwinkels en tabakswinkels zijn bijvoorbeeld zeldzamer dan bewaarde apotheken. De combinatie van een bepaalde typologie en de historische context kan eveneens een zeldzaam fenomeen zijn, zo is een slagerij uit 1900 bijvoorbeeld zeldzamer dan één uit de jaren 1950, aangezien dit winkeltype meer onderhevig is aan ingrijpende modernisering (bijvoorbeeld onder invloed van hedendaagse hygiënenormen).

Zeldzaamheid kan ook wijzen op de aanwezigheid van (elementen van) handelspanden die vrij uniek zijn. De aanwezigheid van een handmatige pianolift in een muziekwinkel, of een etalage uit de jaren 1950 die tot in de kelder verdieping rijkt, zijn hier voorbeelden van. Maar ook typologische zeldzaamheid valt hieronder te begrijpen. Een 19de-eeuwse mosterdwinkel of een handschoenenspeciaalzaak of hoedenwinkel zijn bijvoorbeeld zeldzame winkeltypes.

Een winkel kan ook zeldzaam zijn omdat de vraag naar bepaalde producten sterk is gedaald, handelspanden en hun interieurs zijn van nature zeer modegevoelig. De producten die aangeboden worden in een kruidenierszaak of drogisterij kunnen ook in een warenhuis worden gekocht. Ook de vraag naar bepaalde artisanale of handgemaakte producten is sterk gedaald onder invloed van de massaproductie.

Een pand kan ook zeldzaam of uniek zijn voor het oeuvre van een architect. Zo is de apotheek Lambrecht in Aalst een zeldzaam voorbeeld van een apotheek ontworpen door Pieter De Bruyne. De gebruikte technieken, zowel voor constructie als interieur- en exterieurafwerking, kunnen ook zeldzaam zijn. Dit kan zowel in de brede zin van het woord worden geïnterpreteerd, als ook binnen een oeuvre van een ontwerper, een (bouw)stijl, de historische of geografische context of een bepaalde typologie.

5.2. Herkenbaarheid

Definitie: Herkenbaarheid geeft aan in hoeverre het onroerend goed een goed herkenbare uitdrukking is van zijn oorspronkelijke functie, uitzicht of vormgeving, of van een belangrijke fase in de latere ontwikkeling daarvan.

De herkenbaarheid van het object houdt rekening met de volledigheid van het object/de site, de afwezigheid van ingrijpende verbouwingen / storende herstellingen / foutieve restauraties en latere toevoegingen die de oorspronkelijke toestand sterk hebben gewijzigd. In hoeverre is het object nog "leesbaar"? Concreet betekent dit de mate waarin de oorspronkelijke (interieur)elementen en -afwerking bewaard bleven. Een handelspand dat nog steeds zijn originele functie heeft behouden zal

doorgaans meer kans maken om hoog te scoren op dit criterium. Juwelier Ruys in Antwerpen is één van de voorbeelden van een handelspand waarbij zowel interieur als exterieur zeer gaaf bewaard zijn.

Hierbij is het belangrijk op te merken dat bepaalde winkeltypes een heel specifieke winkelinrichting vereisen. De inrichting van een messenwinkel of een handschoenenwinkel is helemaal anders dan een drogisterij of slagerij. Niet zelden wordt hiervoor specifiek ontworpen meubilair voorzien, gericht op het efficiënt opbergen of aanprijzen van de koopwaar. Aanvullend op de correlatie tussen de winkelaankleding met het winkeltype is er een verband tussen de winkelaankleding en het doelpubliek. Verkopers van luxeproducten zullen doorgaans een rijkere interieurafwerking hebben dan een functioneel ingerichte kruidenier.

5.3. Representativiteit

Definitie: Representativiteit geeft aan in hoeverre het onroerend goed typerend is voor een geografische of historische context of een welbepaalde typologie of een bepaald oeuvre.

Een bepaald winkeltype kan representatief zijn voor een bepaald geografisch gebied, maar kan bijvoorbeeld ook typerend zijn voor de stedelijke of landelijke context. Een luxueuze handschoenenwinkel of juwelier vindt men bijvoorbeeld niet gauw terug in een kleine landbouwersgemeente. Een handelspand kan op zich ook representatief zijn voor een bepaalde typologie of winkel-type. Zo is Kruidenier Mattheeuws in Gent een zeer goed voorbeeld van een eenvoudige na-oorlogse buurtwinkel. Een handelspand kan tevens representatief zijn binnen het oeuvre van een bepaalde architect of ontwerper (voor de interieurafwerking), of representatief voor een kunststroming of stijl.

5.4. Ensemblewaarde

Definitie: Ensemblewaarde geeft aan in hoeverre het onroerend goed een sterke samenhang vertoont tussen de verschillende elementen.

De ensemblewaarde wordt aan handelspanden toegekend bij een sterke stilistische of vormelijke samenhang van de (gevel)architectuur, de interieurafwerking en het (eventueel vast) meubilair. In sommige gevallen kan men spreken van een totaalconcept of “Gesamtkunstwerk” waarbij de uitzonderlijke stijleenheid een coherent artistiek concept uitstralen. Dit zal vaker het geval zijn bij een handelspand dat voor zijn specifieke handelsfunctie werd ontworpen, dan bij een pand dat hiertoe werd herbestemd.

De ensemblewaarde van een handelspand wordt eveneens bepaald door de aanwezigheid van en samenhang tussen de verschillende onderdelen die deel uitmaken van het handelspand of de site, zoals de winkelruimte, een winkelpui, een atelier, werkplaats of preparatieruimte, een salon of ontvangstruimte, een bureel, de woonvertrekken, etc. waarbij de verschillende onderdelen onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn en het geheel de som van de onderdelen overstijgt. Een goed voorbeeld hiervan is Muziekwinkel Rombaux in Brugge, waar zowel het winkelinterieur, de winkelpui, het bureel, de salons en het atelier bewaard bleven.

We vinden de ensemblewaarde ook terug in een handelspand waarbij verschillende (bouw)fasen en/of (bouw)stijlen harmonieus op elkaar zijn afgestemd en waarbij deze afstemming een meerwaarde geeft aan het geheel. Een geslaagde inpassing van een (hergebruikt of nieuw) interieur in een ouder pand is hiervan een voorbeeld.

5.5. Contextwaarde

Definitie: *Contextwaarde geeft aan in hoeverre er tussen het onroerend goed en zijn directe of ruimere omgeving een sterke relatie is op landschappelijk, stedenbouwkundig of esthetisch vlak.*

Handspanden hebben omwille van hun commerciële karakter niet zelden een doelbewuste stedenbouwkundige inplanting langs een belangrijke invalsweg, aan een markt of op een straathoek. Winkelgalerijen vormen verbindingen tussen twee of meerdere straten en zijn vaak opgetrokken volgens een doordacht stedenbouwkundig concept. Een visueel opvallende of beeldbepalende inplanting van een handelspand, bijvoorbeeld op een straathoek, kan het pand eveneens contextwaarde verlenen, zoals bijvoorbeeld het imposante warenhuis aan het Sluizeken te Gent. Verschillende winkelpanden in eenzelfde of aansluitende stijl, al dan niet opgetrokken in dezelfde periode, kunnen door hun sterke samenhang contextwaarde bezitten. Zoals bijvoorbeeld een aaneengesloten gevelwand van winkelpanden (Apotheek Leroy aan het station Gent-Sint-Pieters of de ononderbroken rij van neoclassicistische winkelpuien langsheen de Sint-Jorispoort te Antwerpen).

5.6. Authenticiteit

Definitie: *“Authenticiteit houdt rekening met: de aanwezigheid van oorspronkelijke elementen.”*

Bij handelspanden wordt dit criterium opgevat als ‘fysieke’ authenticiteit. Meer bepaald de mate waarin zowel oorspronkelijke interne als externe elementen of het originele concept bewaard bleven. Het gaat hier bijvoorbeeld over architecturale of -interieurelementen, structuren, indeling, opstanden, bouwmaterialen, concept, ornamentiek en detaillering, meubilair en zelfs functie, etc. Het ontbreken van (storende) verbouwingen of aanvullingen verhoogt bijvoorbeeld ook de authenticiteit. De apotheek Lambrecht in Aalst is een voorbeeld waarbij zowel het concept, de functie als de oorspronkelijke vormgeving en materialen bewaard bleven en dus een erg hoog scoort op het criterium authenticiteit.