

# Breng kleuren in uw winkel

De praktijkgidsen  
om uw handelszaak te optimaliseren

## Samengevat

<b>A</b>	<b>25 tips die u moet lezen voor u uw winkel schildert</b>	
	Kies de kleur die u met uw zaak wilt 'verbinden'	02
	Go green	03
	Van de vloer tot het plafond	03
	Enkele basisregels op het vlak van goede smaak	03
	De perfecte match tussen kleur en licht: de winnende combo!	04
<b>B</b>	<b>Wie zijn wij?</b>	
	Contact	05
	Dankwoord	05

# 25 tips die u moet lezen voor u uw winkel schildert

## Reclame en marketing maken gebruik van de 'kracht' en symboliek van kleuren om het koopgedrag van consumenten te sturen

93% van hen worden dan ook eerst en vooral aangetrokken door het visuele aspect van een product en slechts 6% door de textuur en 1% door de geur. Het is uitermate belangrijk de begrippen die samenhangen met kleur te kennen om een aantrekkelijke commerciële inrichting en/of ontwerp te realiseren.

Bewust of onbewust beïnvloeden kleuren onze dagelijkse perceptie van de dingen en ons humeur. Ze kunnen dus ook ons koopgedrag beïnvloeden. Kleuren zijn de snelste manier om boodschappen, emoties en betekenissen over te brengen. Dat is een niet verwaarloosbare 'macht' die de reclame en marketing goed hebben begrepen. En terecht!

### Door de juiste kleuren te kiezen, kan uw winkel zich echt onderscheiden van de concurrentie.

Het is uitermate belangrijk de begrippen die samenhangen met kleur te kennen om een effectieve en aantrekkelijke commerciële inrichting en setting te realiseren. We merken daarbij wel op dat de psychologie van kleuren in de marketing geen exacte wetenschap is. De betekenis ervan kan verschillen naargelang onze opvoeding, geslacht, geografische locatie, waarden, persoonlijke ervaringen, culturele verschillen enz.

**93% van de consumenten worden naar eigen zeggen eerst en vooral aangetrokken door het visuele aspect van een product, tegenover slechts 6% door de textuur en 1% door de geur.**



### Om de kleurkaart goed uit spelen, moet u absoluut het profiel van uw doelgroep kennen.

Ga bv. voor 'universele' kleurencombinaties als u een internationaal publiek aanspreekt. Treffend voorbeeld: het Westen associeert wit met puurheid en onschuld, in China symboliseert diezelfde kleur de dood!

Vrouwen zijn over het algemeen gevoeliger voor zachte kleuren en ontvankelijk voor bepaalde tinten. Ze geven globaal genomen de voorkeur aan blauw, paars en groen, terwijl ze eerder huiverig staan tegenover kleuren als grijs,

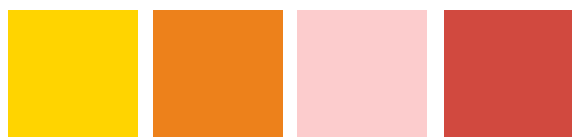
bruin en oranje. Mannen houden op hun beurt van felle kleuren en zijn gevoelig voor bepaalde schakeringen. Ze geven over het algemeen de voorkeur aan blauw, groen en zwart en zijn minder te vinden voor bruin, oranje of purper.

Surf voor meer informatie naar: <https://www.alioze.com/couleur-marketing-web>

## Kies de kleur die u met uw zaak wilt 'verbinden'

1. Kies voor zwart als u producten uit het topsegment verkoopt. Die kleur ademt luxe, elegantie en klasse uit. Zwart is geraffineerd, zelfs een beetje mysterieus.
2. Wilt u uw ruimte met enkele trucjes wat groter doen lijken? Ga dan voor zoveel mogelijk witte oppervlakken.
3. Wit staat tevens symbool voor reinheid, waardoor die kleur uitermate geschikt is als u gezondheids- of hygiëneproducten verkoopt.
4. Hebt u de leiding over een bank of verzekeringsmaatschappij? Overweeg dan blauw, een tint die vertrouwen inboezemt en een gevoel van veiligheid opwekt.
5. Een ruimte gewijd aan schoonheid of relaxatie? Paars staat erom bekend rust te brengen in een ruimte.
6. Als u een ontspannen gevoel of 'zenitude' wil opwekken in een ruimte gewijd aan gezondheids-, reform- of bioproducten bv., kiest u voor groen. Deze kleur doet geen pijn aan de ogen (we hebben het dan niet over fluo- of 'Granny Smith'-groen) en heeft een rustgevend effect op het zenuwstelsel.
7. Overweeg geel om de aandacht van uw klanten te vestigen op een bepaald product. Deze kleur is aantrekkelijk en vrolijk en wordt vaak gebruikt voor promoties in etalages. Klanten pikken een dergelijk signaal meteen op.
8. Met rood moet dan weer spaarzaam worden omgesprongen. Rood staat synoniem voor urgentie en kan uw klanten 'stress' bezorgen door hun hartslag de hoogte in te jagen. Reserveer deze kleur voor solden en aanbiedingen.

9. Ook oranje roept een gevoel van dringendheid en zelfs agressie op. Deze kleur moet dus, net als rood, karig worden gebruikt om de aandacht te vestigen op bepaalde promoties of stockverkoppen bv.



**Geel**  
feest, vreugde, warmte, ego, kennis, vriendschap, power, zonnig, optimisme

**Oranje**  
vreugde, creativiteit, energie, ambitie, communicatie, veiligheid, optimisme

**Roze**  
liefde, bewondering, speels, onvolwassen

**Rood**  
liefde, passie, warmte, triomf, verbod, gevaar, actie, ijver, moed, seksualiteit

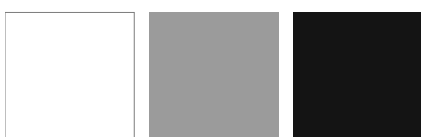


**Paars**  
delicatesse, vrede, spiritualiteit, sterrenstelsel, meditatie, mysterie

**Blauw**  
droom, wijsheid, sereniteit, waarheid, loyaliteit, lucht, versheid, water, welzijn

**Groen**  
natuur, hoop, rust, jeugd, bio, ecologie, vernieuwing

**Bruin**  
friendly, earth, outdoors, longeviteit



**Wit**  
zuiverheid, onschuld, maagdelijkheid, huwelijk, calmité, sereniteit, vrede

**Grijs**  
modernisme, wetenschap, klasse, soberheid, technologie, techniek

**Zwart**  
elegantie, eenvoud, soberheid, strengheid, luxe, mysterie

## Go green

10. Kies voor verf zonder oplosmiddelen en cosolventen om het milieu te beschermen, maar ook om uw gezondheid en die van uw medewerkers te vrijwaren. Let op, sommige verven op waterbasis bevatten ook cosolventen.

Meer informatie op:

<http://www.ecoconso.be/fr/Peintures-environnement-et-sante>

11. Kies voor verven met een laag gehalte aan vluchtige organische stoffen (VOS).

**Hoe de etiketten eenvoudig ontcijferen:**

<http://www.ecoconso.be/fr/Les-etiquettes-sans-prise-de-tete,550#reflexes>



12. Vermijd verven die zware metalen of meer dan 1% additieven bevatten.
13. Natuurlijke verven bevatten geen zware metalen. Hun pigmenten zijn van minerale (rauwe siena, ijzer- of

mangaanoxiden), plantaardige (valeriaan, thee, ui) of dierlijke oorsprong (cochenilleschildluis).

14. Door kleipleisterwerk te gebruiken, kunt u niet enkel met diverse schakeringen werken, klei zorgt ook voor een natuurlijke vochtregulatie in de ruimte.

Ontdek nog andere aanbevelingen voor een ecoverantwoordelijke onderneming in onze gids '43 eenvoudige tips voor een milieubewuste handelszaak'.

## Van de vloer tot het plafond

15. De kleur van uw plafond speelt geen belangrijke rol op het vlak van de gebruikte kunstverlichting, maar is wel cruciaal als het gaat om de verdeling van natuurlijk licht tot diep in de ruimte. Door maximaal gebruik te maken van dit natuurlijke licht kunt u uw elektriciteitsverbruik verminderen.

16. Als u een zaak runt waar klanten moeten gaan liggen (verzorging, esthetiek enz.), geef dan de voorkeur aan een matte verf om te intense lichtvlekken te vermijden die uw klanten kunnen verblinden.

17. De vloer van een winkel is maar zelden volledig onbezet en vrij van obstakels. Het meubilair neemt vaak een aanzienlijke ruimte in. De kleur van de vloer heeft dus weinig invloed op de kwaliteit van het kunstlicht.

18. Als u werkbladen of -tafels nodig hebt (om uw goederen in te pakken, uit te stallen), kies dan voor lichte en matte kleuren om het visuele comfort voor uw klanten te garanderen.

19. De kleuren van uw winkel moeten al duidelijk zijn voor uw klanten nog maar binnenstappen. Ze moeten dus ook terugkomen in uw winkelpui en etalage. Ze op elkaar afstemmen, is een uiterst belangrijk onderdeel voor de algemene uitstraling van uw etalage. Vermijd het gebruik van zwart en donkere kleuren in de etalage. Dat kan tot een spiegeleffect leiden waardoor voorbijgangers de uitgestalde producten minder goed zien.

## Enkele basisregels op het vlak van goede smaak

20. De pro's zijn het erover eens dat u zich best beperkt tot maximaal drie kleuren, die in verschillende verhoudingen worden gebruikt. Die onderverdeling gaat als volgt: 80% voor de dominante kleur, 15% voor de tweede en 5% voor de derde. Deze laatste kleur is bedoeld om de sfeer die door de eerste twee wordt

gecreëerd, te versterken.



21. Op zoek naar harmonie? Gebruik dan een kleurencirkel en selecteer drie kleuren naast elkaar (die elkaar op de cirkel opvolgen). Met die tip kan het onmogelijk mislopen!

**Opgelet, de kleuren van uw winkelpui zijn onderworpen aan de stedenbouwkundige voorschriften. Informeer u bij uw gemeente voor u naar de verfborstel grijpt! Ook als u uw gevel in de originele kleur wil overschilderen, checkt u best eerst bij de gemeentelijke administratie of die tint wel degelijk goedgekeurd is.**



22. Het is niet altijd eenvoudig kleuren te laten matchen. Een relatief eenvoudige oplossing kan er dan in bestaan één neutrale tint te kiezen - wit of grijs bv. - en daar een aantal decoratieve elementen of een hele muur in een contrasterende kleur aan toe te voegen. Dat zorgt voor een aantrekkelijk visueel effect en bovendien kunt u de algemene sfeer eenvoudig veranderen door enkel de contrasterende kleur te vervangen door een andere.
23. Om een interieur groter te laten lijken, kunt u het helemaal in het wit schilderen of kiest u voor lichtere tinten van dezelfde kleur, zoals bv. drie lichtblauwe schakeringen. In combinatie met een paar extra

spiegels en een specifieke verlichting, blijkt deze strategie zeer doeltreffend.

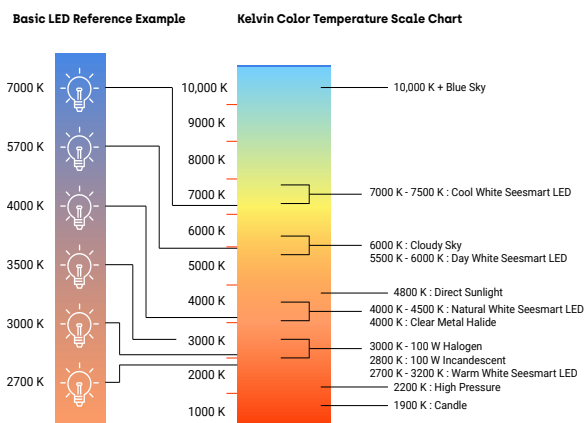
## De perfecte match tussen kleur en licht: de winnende combo!

24. Als u producten verkoopt waarvan met name de kleur zeer belangrijk is (kleding, vers vlees, bloemen enz.), moet u bijzondere aandacht besteden aan de door u gekozen combinatie van kleuren en verlichting.

**Kleuren kunnen er helemaal anders uitzien naargelang het soort verlichting dat wordt gebruikt. Die heeft een aanzienlijke invloed op hoe helder en zuiver een kleur oogt. U moet met name rekening houden met de kleurweergave-index of 'CRI' (color rendering index). Voor de beste kleurweergave moet de CRI gelijk zijn aan 100 wat overeenstemt met daglicht. De ledlampen die momenteel op de markt zijn, leveren de beste CRI. Vaak ligt die boven de 90.**



25. Kent u de 'kleurtemperatuur van de verlichting'? Die wordt in kelvin (K) uitgedrukt en gaat van warme (overwegend oranjekeurig - 2500 K en 3000 K) naar koude tinten (blauwachtig 5300 K en +). Om alle kleuren er goed te laten uitkomen, raden we u aan voor een kleurtemperatuur tussen 2700 en 3000 K te opteren.



**B**

## Wie zijn wij?

hub.brussels is het Brussels Agentschap voor Bedrijfsondersteuning.

hub.brussels streeft ernaar van Brussel de meest aantrekkelijke en aangename regio te maken om te ondernemen.

Wij bieden u begeleiding op maat, gratis tools en erkende expertise om uw autonomie te versterken, uw beslissingen te vergemakkelijken en succes te boeken in Brussel en ver daarbuiten.

hub.brussels stelt meer dan 200 aandachtige, toegewijde en gepassioneerde medewerkers tewerk met de belofte u te ondersteunen, aan te moedigen, en u, uw onderneming en uw meest gewaagde projecten vooruit te stuwen...

Wij zijn hub.brussels, wij staan achter u.

## Contact

Hebt u nog vragen of opmerkingen over deze praktijkgids? Bent u zelf van plan uw handelszaak 'eco-friendly en design' in te richten? Neem dan contact op met onze expert in Retail Design bij hub.brussels, Thibaut Surin, op het volgende adres: [red@hub.brussels](mailto:red@hub.brussels)

## Dankwoord

hub.brussels wil alle mensen bedanken die van dichtbij of veraf hebben bijgedragen aan deze gids om er een referentie van te maken op het vlak van duurzame inrichting en design.

We kunnen ze hier onmogelijk allemaal opnoemen. Een speciale vermelding is er voor Steven Bollé, voor zijn expertise en aanstekelijk enthousiasme, en Anne Boulord, voor haar creatieve pen en onwankelbaar professionalisme.

Onze dank gaat ook uit naar de energieke en inventieve handelaars en ondernemers die met het nodige geduld en veel passie een antwoord hebben gegeven op onze talrijke vragen en zo de publicatie van deze gids ondersteund en aangemoedigd hebben.