

INSPIRATIEBUNDEL HINDERNISSEN & UITSTALLINGEN

WAAROM DEZE INSPIRATIEBUNDEL?

Je gevel en je etalage hebben tot doel je zaak op te laten vallen in het straatbeeld en om passanten aan te trekken om bij jou binnen te stappen. Wat je op het voetpad en tegen de gevel doet draagt daar ook toe bij.

Met het nieuwe reglement voor hindernissen en uitstallingen wilt de gemeente een kwalitatief straatbeeld bewaren. De belangrijkste bepalende factor daarin is de breedte van het voetpad.

Jammer genoeg heeft niet iedereen een even breed voetpad, waardoor er ook handelszaken zijn die geen hindernis of uitstalling mogen plaatsen. Met deze inspiratiebundel willen we er daarom voor zorgen dat iedereen – ook de handelaars die geen hindernis of uitstalling kunnen plaatsen – zoveel mogelijk kansen krijgt om zijn of haar zaak op te laten vallen en om passanten naar binnen te trekken.

Anderzijds willen we met deze bundel ook aantonen dat iedere zaak zijn uniek karakter kan versterken met wat er aan de buitenkant gedaan wordt, niet alleen met opvallende stoepborden maar ook met mooie communicatie, decoratie of presentaties. Zo maken we van onze winkelstraten de tofste en aantrekkelijkste winkelstraten van de streek.

WAT IS HET VERSCHIL TUSSEN HINDERNISSEN EN UITSTALLINGEN?

Zowel hindernissen als uitstallingen hebben tot doel de aandacht van de passant te trekken, ze creëren dus beide stopkracht. Ze laten passanten letterlijk en figuurlijk stilstaan bij je zaak.

Hindernissen doen dat vooral met het overbrengen van een boodschap: een tekst of foto die je voorbijgangers aanspreken, of een combinatie van deze twee. Dat kan zijn om een promotie te communiceren, om het unieke karakter van je zaak in de verf te zetten, om een bepaalde dienst of product in de kijker te zetten,...

Uitstallingen creëren dan weer stopkracht door hun decoratief effect of door de producten die erop worden gepresenteerd. In het laatste geval helpen de uitstallingen ook rechtstreeks om deze producten te verkopen.

WAT IS HET VERSCHIL TUSSEN HINDERNISSEN EN UITSTALLINGEN?

Zowel hindernissen als uitstallingen hebben tot doel de aandacht van de passant te trekken, ze creëren dus beide stopkracht. Ze laten passanten letterlijk en figuurlijk stilstaan bij je zaak.

Hindernissen doen dat vooral met het overbrengen van een boodschap: een tekst of foto die je voorbijgangers aanspreken, of een combinatie van deze twee. Dat kan zijn om een promotie te communiceren, om het unieke karakter van je zaak in de verf te zetten, om een bepaalde dienst of product in de kijker te zetten,...

Uitstallingen creëren dan weer stopkracht door hun decoratief effect of door de producten die erop worden gepresenteerd. In het laatste geval helpen de uitstallingen ook rechtstreeks om deze producten te verkopen.

Hindernissen en uitstallingen kunnen er wel toe leiden dat passanten verder van je etalage en je ingang wandelen. Let er daarom op dat het geen obstakels worden die passanten verhinderen om je etalage te ontdekken of om binnen te stappen.

BELANGRIJK

Lees aandachtig het reglement met betrekking tot hindernissen en uitstallingen.

Voor hindernissen is geen vergunning vereist. Uitstallingen op de openbare ruimte zijn daarentegen altijd vergunningsplichtig.

Zowel hindernissen als uitstallingen moeten buiten de openingsuren binnengezet worden.

INHOUD VAN DEZE INSPIRATIEBUNDEL

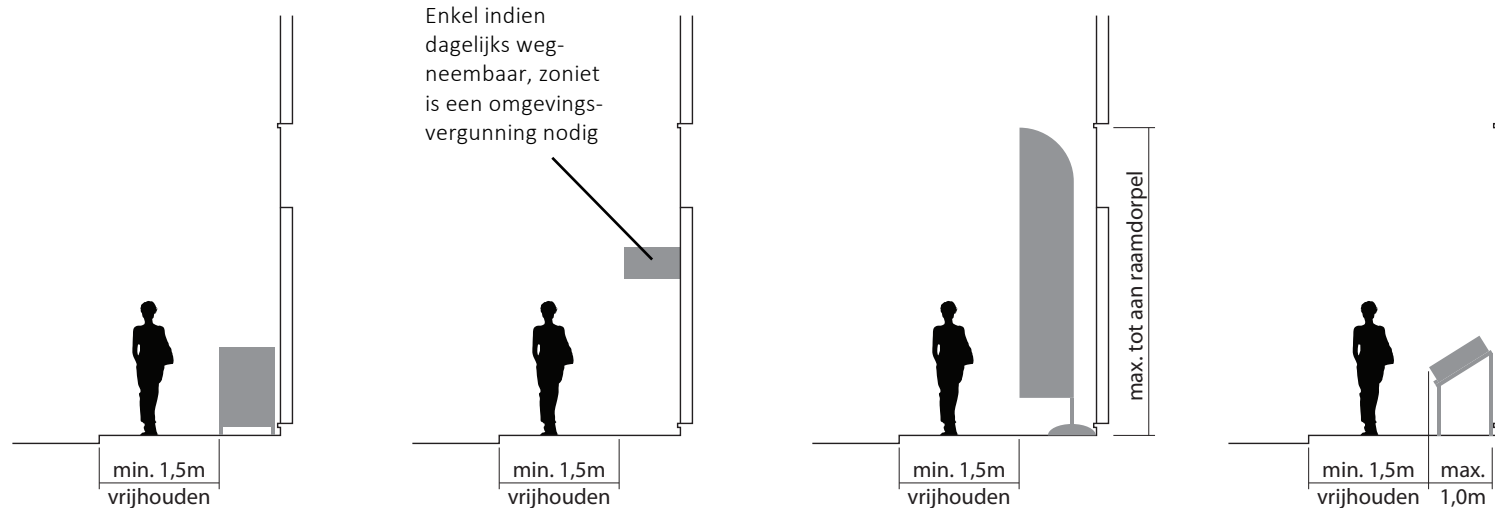
Om een duidelijk overzicht te creëren geeft deze bundel inspiratie voor drie mogelijke situaties:

- Je hebt veel plaats op het voetpad voor je zaak (meer dan 2,5m)
- Je hebt weinig plaats op het voetpad voor je zaak (1,5 tot 2,5m)
- Je hebt geen plaats op het voetpad voor je zaak (minder dan 1,5m)

Laat je inspireren door de gegeven voorbeelden, en pas ze aan aan de uitstraling van jouw zaak, jouw eigenheid, jouw aanbod,...

JE HEBT VEEL PLAATS OP HET VOETPAD VOOR JE ZAAK
(MEER DAN 2,5M)

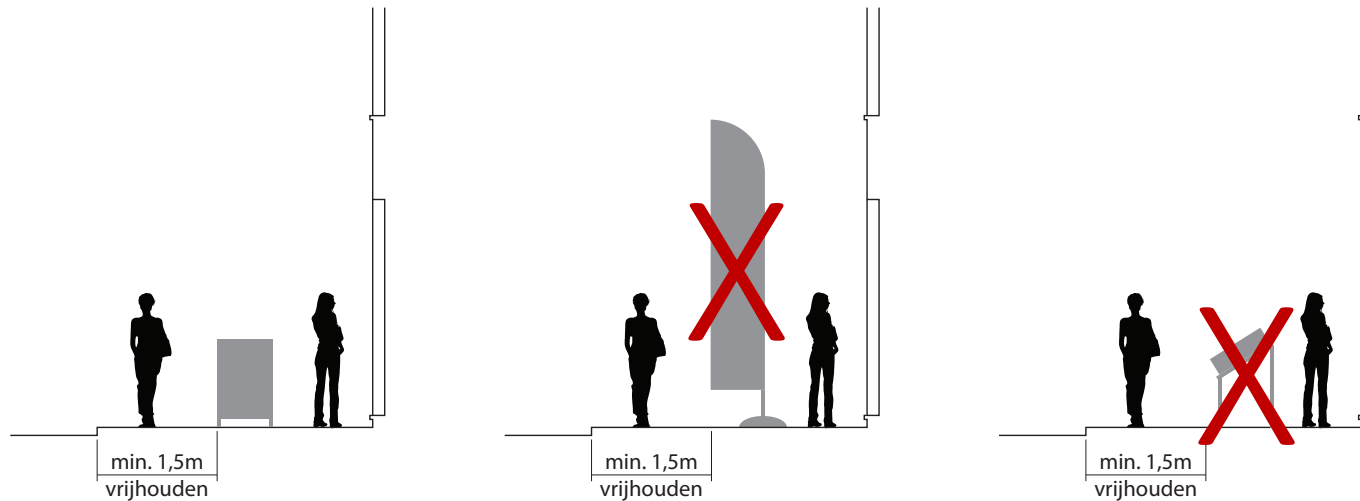
TE RESPECTEREN VRIJE RUIJITE



In het geval van een breedte van minstens 2,5m (te meten vanaf je gevel) heb je de mogelijkheid om de ruimte op het voetpad optimaal te benutten, zowel voor hindernissen als voor uitstallingen.

Let er wel op dat deze hindernissen een barrière vormen waardoor je de passanten verplicht om verder van je etalage en je ingang te wandelen.

TE RESPECTEREN VRIJE RUIJITE



Indien de breedte van het voetpad het toelaat mogen hindernissen los van de gevel geplaatst worden. Deze mogelijkheid geldt echter niet voor vlaggen en voor uitstallingen want deze moeten altijd tegen de gevel geplaatst worden.



Een stoepbord is de meest voor de hand liggende hindernis om stopkracht te creëren op het voetpad.

Tracht evenwel te vermijden om te vervallen in de klassieke kunststof stoepborden met een klikkader.

Zorg voor een originele vorm en ook voor een originele boodschap die passanten aanspreekt en ze 'goesting' geeft om bij jou binnen te stappen.

Op de volgende pagina's vind je ter inspiratie voorbeelden van originele stoepborden.



Wat groen toevoegen maakt je stoepbord minder saai en kan zoals het voorbeeld in het midden ook bijdragen tot de stabiliteit ervan.

BOLLÉ



Tracht ook een originele communicatie te vinden, al dan niet in combinatie met afbeeldingen.





De vorm en de uitvoering van je stoepbord kan ook al iets over je zaak vertellen.



Een kleurrijk stoepbord in lijn met je huisstijl zal door elke passant opgemerkt worden.



De materialen en het ontwerp van deze stoepborden, links voor een antiekzaak en rechts voor een modemerik dat geïnspireerd is op zeilsport, versterkt beide winkelconcepten.



Een stoepbord op maat van jouw zaak en jouw aanbod laten vervaardigen zal duurder zijn dan een banaal 'standaard' stoepbord, maar het zal meer stopkracht creëren en het imago van je zaak versterken.



Dit aan de gevel opgehangen bord is eveneens een toegelaten hindernis mits de vrije ruimte op het voetpad gerespecteerd wordt én als het afneembaar is.



Zonder deze planten, stoelen, rode loper en andere decoratie voor de gevel zouden deze zaken minder de aandacht trekken.



Buitendecoraties creëren veel stopkracht, denk bijvoorbeeld ook aan een balonnenboog voor een opendeurdag.

Indien dit voor niet meer dan één maand is moet je een evenementenaanvraag indienen.

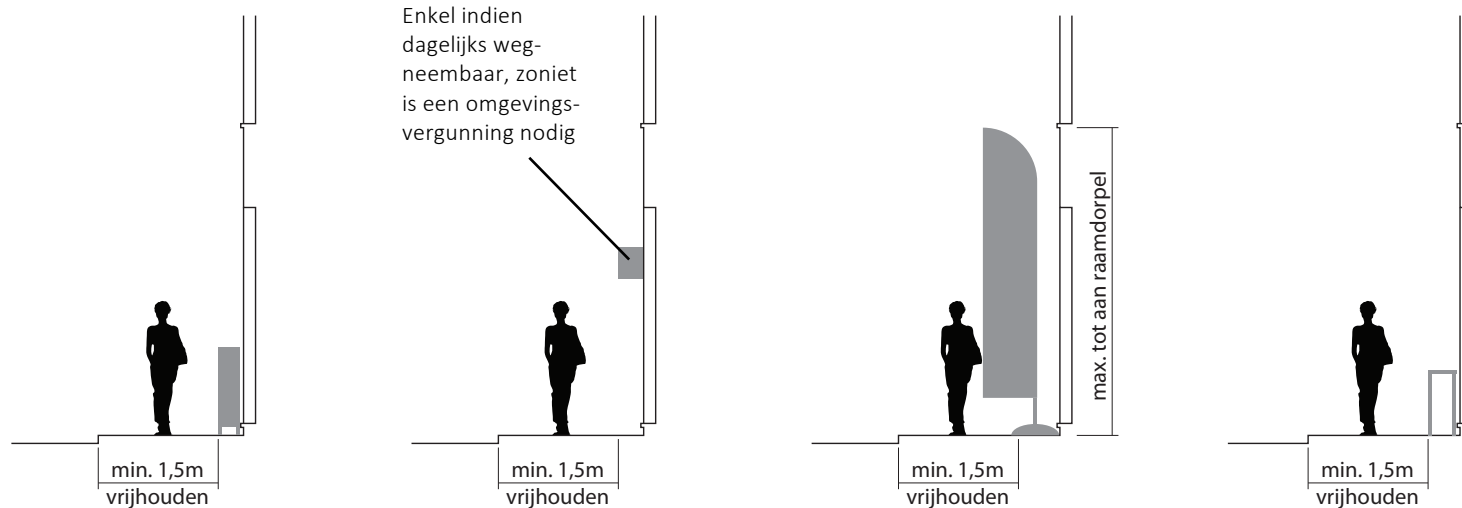
Indien dit voor meer dan één maand is moet je in orde zijn met het politiereglement.



Dit is een eenvoudige en mooie presentatie voor het uitstallen van producten, maar is enkel toegelaten als je er een uitstillingsvergunning voor hebt én als dit rek en de mand tegen de gevel geplaatst worden.

JE HEBT WEINIG PLAATS OP HET VOETPAD VOOR JE ZAAK
(TUSSEN 1,5 TOT 2,5M)

TE RESPECTEREN VRIJE RUIMTE



In het geval van een breedte van 1,5 tot 2,5m (te meten vanaf je gevel) worden de mogelijkheden om de ruimte op het voetpad te benutten eerder beperkt.

Zowel hindernissen als uitstallingen moeten in dit geval altijd tegen de gevel geplaatst worden. Hierdoor creëer je wel een barrière waardoor je de passanten verplicht om verder van je etalage en ingang te wandelen.



Indien er onvoldoende plaats vrijblijft voor een stoepbord met gewone afmetingen kan een compact(er) stoepbord een oplossing bieden.

Let er daarbij wel op dat dit stabiel genoeg moet zijn.

In tegenstelling tot de getoond voorbeelden moeten deze hindernissen tegen de gevel geplaatst worden.



Dit is een creatieve oplossing om een vaste hindernis (een plantenbak) te benutten om ermee te communiceren. In dit geval kunnen de stokken met de borden weggenomen worden.



Indien er onvoldoende plaats blijft om iets dwars op de gevel te plaatsen, is er misschien de mogelijkheid om evenwijdig met de gevel te communiceren, zoals dit originele bord met een spreuk erop.



Aan de viervoeters denken kan ook helpen om je zaak op te laten vallen, en met een positieve boodschap erbij geef je nog een sympathiek beeld van jezelf en je zaak.



Wegneembare elementen aan de gevel (producten die worden uitgesteld, imagoversterkend of decoratief) helpen je je zaak te laten opvallen.

Tracht dergelijke elementen in diepte te beperken zodat ze niet hinderen om voorbij je etalage wandelen of naar de ingang te stappen.

Indien de hindernis niet afneembaar is (zie beeld mannequins) moet een omgevingsvergunning aangevraagd worden.

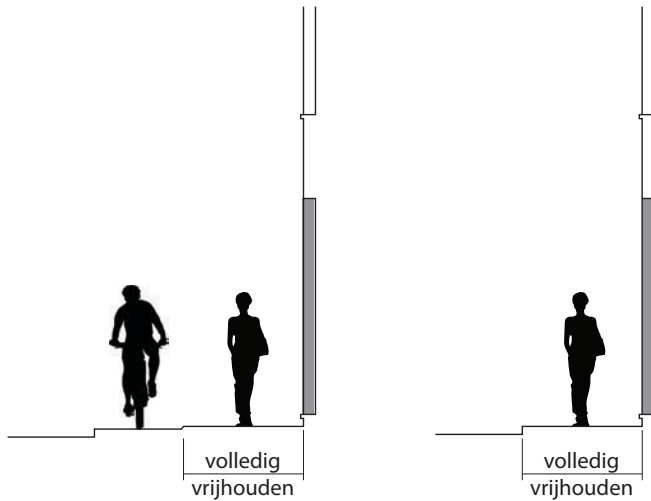


Teneinde stopkracht te creëren – in dit geval met een aaibaarheidsfactor – heeft deze hondenspecialzaak een levensechte namaakhond buiten gezet.

JE HEBT GEEN PLAATS OP HET VOETPAD VOOR JE ZAAK
(MINDER DAN 1,5 M)

TE RESPECTEREN VRIJE RUIJITE

BOLLÉ



In deze situatie moet het voetpad volledig vrij blijven van hindernissen en uitstallingen. De enige plaats die nog gebruikt kan worden voor presentatie en communicatie bevindt zich achter de gevelgrens.



Gebruik van zones die binnen de gevelgrens vallen is niet onderhevig aan het reglement voor hindernissen en uitstallingen.

Toch kan er ook hier gezorgd worden voor presentaties en communicatie die de aandacht van de passant trekken.



Is er een deel van je gebouw dat je kan gebruiken als communicatiedrager? Deze winkelier gebruikte een kolom die tot binnen loopt om een opvallende tekst te plaatsen.



Een etalagepresentatie omkaderen met tape op het glas geeft meer stopkracht én zorgt ervoor dat die presentatie meer tot haar recht komt.





Deze omkadering van de hele etalage zorgt er ook voor dat je niet aan deze zaak voorbijwandelt zonder ze opgemerkt te hebben.

6

CHAMPIGROS



CHAMPIGNONS - PRIMEURS - DELICATESSES
PRODUITS BELGES

*Truffes salaisons,
huiles, biscuits
épices, vinaigres,
confitures foie gras
retailles, gibier, pâtés
miel, moutarde,
pâtés artisanales,
confits, spiritueux...*

*Truffels, vleeswaren,
olien, koekjes,
kruiden, azijn,
confituur, foie gras,
gevogelte, wild, pâtés
honing, mosterd,
ambachtelijken pasta,
konfijten, drank...*

Deze delicatessenzaak heeft in het kader de unieke producten uit het aanbod in de kijker gezet. Dit is weliswaar een vaste communicatie maar ze valt wel sterk op en draagt door haar uitvoering bij tot de kwaliteitsperceptie van deze specifieke zaak.



Heb je boodschappen die je regelmatig moet wisselen, zoals deze traiteur die zijn dagschotels wilt aankondigen? Dan helpt het om aan de buitenzijde van het glas een passe-partout te kleven die de kleefband verdoezelt waarmee je die papieren tegen de binnenzijde van het glas kleeft.



Een andere manier om op te vallen in het straatbeeld is het gebruik van een opvallende bestickering. Dergelijke toepassingen worden echter tijdelijk gebruikt en vergen dus verhoudingsgewijs een grotere investering.

Voor een periode korter dan één maand dient dit aangevraagd te worden via de dienst evenementen (in geval van gebruik van het voetpad).



Tekst en/of illustraties trekken eveneens de aandacht van passanten. Zorg er wel voor dat je altijd lichte of opvallende kleuren gebruikt. Donkere teksten en kleuren vallen veel minder op.



Om de kost te beperken kunnen illustraties en teksten ook manueel aangebracht worden, bijvoorbeeld met speciale uitwisbare witte stiften.



Deze winkels hebben voor een mooie wisselwerking gezorgd tussen de tekeningen op het glas en de aankleding/presentaties in de etalage, waardoor het geheel nog sterker opvalt.



Zorg voor een originele communicatie, dat trekt veel meer de aandacht en blijft ook veel langer hangen bij de mensen.



Een opvallende kleur in je etalage gebruiken kan er ook voor zorgen dat je zaak sterker opvalt in het straatbeeld.



Heb je eerder kleine producten om in de etalage te presenteren? Dan kunnen gekleurde achtergronden helpen om de aandacht te trekken en ze beter in de kijker te zetten.





Opvallende communicatie hoeft niet veel geld te kosten. Deze winkel heeft met post-its gezorgd voor een heel opvallende etalage, met daarenboven ook nog eens een sympathieke boodschap.



Zorg niet alleen voor een opvallende etalagepresentatie. Gebruik je raam ook om passanten naar je website of sociale media te leiden. Op die manier vertel je dat je elk moment van elke dag 'open' bent en kan iedereen je aanbod ontdekken wanneer het hen past.

WENS JE PERSOONLIJK ADVIES VOOR JOUW WINKEL IN BRASSCHAAT?

STEVEN BOLLÉ +32 475 44 66 03 STEVEN@BOLLE.BE