**Compositie**

Bij een compositie denk je misschien direct aan klassieke muziek en aan een eindeloos op een piano spelende oude man die tussendoor driftig noten op het papier kalkt. Maar componeren is niet beperkt tot geluid. Ook een beeld kun je componeren. De schilder Kandinsky bijvoorbeeld gaf zijn schilderijen titels alsof het muziekstukken waren.

De bedoeling van componeren is dat je iets samenstelt uit een aantal onderdelen, ook wel componenten genoemd. Het resultaat noem je een compositie. Daarbij gelden natuurlijk wel wat regels. Zo moet er sprake zijn van een weloverwogen en evenwichtige verdeling over de ruimte. Als je de boodschappen uit de supermarkt in een keukenkastje zet, noem je dat geen compositie. Het inrichten van een productpresentatie is dat wel. Je maakt daarbij gebruik van de ruimte, dus van de breedte, de hoogte en de diepte. In die ruimte maak je een ordening van de volgende elementen:

1. –  artikelen;
2. –  hulpmiddelen;
3. –  decoratiemateriaal;
4. –  kleuren;
5. –  vormen;
6. –  verlichting.

**Tien compositieregels voor presenteren:**

1. **Kies artikelen uit die goed bij elkaar passen wat betreft grondstof, model, kleur en gebruik.
2. Beperk het aantal meetkundige vormen tot één of twee per etalage.
3. Beperk het aantal kleuren tot één of twee per etalage.
4. Gebruik per etalage één soort basisdecoratie- materiaal.
5. Gebruik per etalage één soort opbouwmateriaal.
6. Breng compositielijnen aan.
7. Breng verschillen in hoogte en diepte aan. Plaats producten eventueel in groepen door ze voor en achter elkaar te plaatsen.
8. Etaleer in groepen met voldoende tussenruimte.
9. Etaleer los van achtergrond en zijwanden.
10. Verhoog de sfeer en ruimtelijke werking met spots.

**Artikelpresentatie**

Soms zie je in de supermarkt wel eens een grote rode muur van kratten: de cola is weer in de aanbieding. Het is de meest simpele vorm van artikelpresentatie. Door een product opvallend en op een andere plek neer te zetten trekt het vanzelf de aandacht. Maar het is wel een beetje saai. Ook het andere uiterste kom je nog wel eens tegen: presentaties die als het ware zijn bedolven onder de producten. De winkelier wil zo veel mogelijk laten zien wat hij in huis heeft. Maar vaak wordt het daardoor een rommeltje.

**Plaats van presentatie**

Vaak is een presentatie een artikelpresentatie. Je zet een artikel niet gewoon op het schap, maar je toont bijvoorbeeld een groter assortiment. Deze manier van verkopen wordt steeds belangrijker in het zelfbedieningssysteem. Overzichtelijkheid, duidelijkheid en servicegerichtheid zijn dan ook de voorwaarden waaraan een presentatie moet voldoen. Dit heeft directe gevolgen voor de plaats van een presentatie. Over het algemeen kun je zeggen dat een wandpresentatie een sterkere aantrekkingskracht heeft dan een presentatie op een middenplek. Bovendien is het achter in de winkel vaak rustiger dan in het voorste deel. Achterin de winkel kun je beter artikelen plaatsen waarnaar de klant bewust komt kijken, bijvoorbeeld een bloemenpresentatie. Wandpresentaties mogen wat hoger zijn dan middenpresentaties, die moeten vooral laag blijven.

**Het assortiment tonen**

Artikelen die op schappen liggen of aan rekken hangen, komen niet goed tot hun recht. Daarom wordt een deel van die artikelen gepresenteerd in de verkoopruimte op podia, plateaus, panelen en in vitrines. Opgefleurd met decoratie en extra verlicht door halogeenverlichting (spotjes), laten ze het assortiment op een aantrekkelijke manier zien. Door deze presentaties geregeld te vernieuwen houd je de winkel interessant voor het publiek.

**Presentatiehoogte**

De hoogte waarop artikelen worden geplaatst, is enorm belangrijk. Omdat de meeste mensen gewend zijn om recht vooruit tot een beetje omlaag te kijken, ligt de ideale presentatiehoogte ergens tussen de 110 en 130 centimeter. De presentatie- hoogte wordt natuurlijk mede bepaald door de grootte van het artikel. Grote artikelen moet je lager presenteren. Kleinere artikelen op ooghoogte.

**Presentatiebreedte**

Dit wil zeggen het aantal artikelen dat naast elkaar staat uitgestald. De breedte in centimeters is ondergeschikt aan de hoeveelheid artikelen. Acties worden daarom vaak breed gepresenteerd, terwijl bij exclusieve artikelen vaak maar één artikel wordt gepresenteerd. Zorg wel dat de presentatie de looppaden niet verspert.

**Groeperen**

Goed presenteren is een kwestie van keuzen maken: met artikelen die overeenkomen in materiaal, kleur of vorm, schep je ‘rust’ in je presentatie. Je kunt artikelen op allerlei manieren in groepen verdelen. De gebruikelijkste manieren van groeperen zijn:

* Consumptieverwant groeperen: alle artikelen die je voor een bepaald doel gebruikt, zet je bij elkaar. Denk aan cadeautjes zoals bonbons, cd’s, boeketten bloemen.
* Stijlverwant groeperen: alle artikelen die in dezelfde stijl zijn gemaakt,
* Themaverwant groeperen: alles wat met een bepaald onderwerp te maken heeft, wordt gegroepeerd. Moederdag, Valentijnsdag, vakantie en natuur zijn daar voorbeelden van. Een thema biedt de mogelijkheid om de meest uiteenlopende artikelen bij elkaar te presenteren.
* Kleurverwant groeperen: je stelt een presentatie samen op basis van kleur: rode bloemen, rode vazen, rode harten, enzovoort.

**Meer manieren van groeperen** Er zijn nog meer manieren om artikelen in een presentatie tegroeperen. Alleen zul je deze manieren in de bloemenwinkel niet zo vaak tegenkomen.

–  Herkomstverwant groeperen: dit betekent dat je de artikelen groepeert naar land of streek. Je kunt bijvoorbeeld een Mexicaanse etalage maken met allerlei artikelen uit Mexico. Het kan ook beperkter, uit je eigen dorp of stad zijn, of uitgebreider, uit heel Afrika of het Verre Oosten.

–  Productieverwant groeperen: bij deze wijze van groeperen zet je artikelen bij elkaar die op dezelfde manier en meestal van dezelfde grondstof zijn gemaakt. Bijvoorbeeldvan klei: vaas, pot, kaarsenkandelaar, schaal.

–  Merkverwant groeperen: artikelen van één merk worden in een groep geplaatst. Denk aan Mobach- aardewerk of Molca-kaarsen.

– Prijsverwant groeperen: alle van producten van artikelen uit dezelfde prijsklasse dezelfde grondstof staan bij elkaar.

Het is natuurlijk ook mogelijk om groeperingen te combineren: een Paasetalage is een themaverwante etalage, maar als je die uitsluitend met gele materialen inricht, is het ook een kleurverwante etalage