

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	S. 5
1. Merchandising in Öffentlichen Bibliotheken	S. 6
1.1 Grundlegendes	S. 6
1.2 Vergleichbarkeit von Buchhandel und Öffentlicher Bibliotheken	S. 8
2. Raumaufteilung	S. 11
2.1 Wegeführung	S. 12
2.2 Funktionszonen	S. 15
2.3 Regalanordnung	S. 19
2.4 Leit- und Orientierungssystem	S. 19
3. Präsentationsinstrumente	S. 23
3.1 Warenträger	S. 24
3.2 Ebenenbildung	S. 30
3.3 Licht	S. 32
4. Temporäre Präsentation	S. 33
4.1 Schaufenster	S. 34
4.2 Sonder- und Zweitplatzierung	S. 40
4.3 Bedarfsbündelung	S. 45
4.4 Shop-in-Shop-System	S. 47
5. Verhaltensformen der Kunden	S. 48
5.1 Suchstrategie	S. 48
5.2 Unbewußtes Verhalten	S. 49
5.3 Impulskauf	S. 51
6. Kundenbedürfnisse	S. 51
6.1 Atmosphäre	S. 52
6.2 Erlebnis	S. 54
6.3 Ruhe	S. 55
7. Schlußbemerkung	S. 57
Literaturverzeichnis	S. 58