

INHALT

Vorwort	9	Beschilderung	45
		Beklebung	46
Ziele von Visual Merchandising	10		
Frequenzsteigerung und Erhöhung der Verweildauer	12	Verkaufsraumaufteilung	50
Umsatzsteigerung	12	Flächenkategorisierung	55
Imagebildung	12	Laufwege und Möbelstellung	56
Ordnung und Selbstbedienung	14	Faszinationspunkte und Promotionen	62
		Eingangsbereich	62
Markenbildung	16	Präsentationsformen und -regeln	66
Zielgruppe	18	Frontpräsentation	68
Alleinstellungsmerkmale	18	Seitenpräsentation	70
Kundenpsychologie	18	Legepräsentation	70
Markenbildung am PoS	19	Farbreihenfolge	76
		Warenpflege	78
Fassade	20		
		Rückwände	80
Schaufenster	24	Ebenen	84
Fensterkonzeption	28	Kombinationsrückwand	86
Fensteraufbau	30	Produktgruppenrückwand	92
Pyramidenaufbau	34	Accessoires- und Wäscherückwand	98
Warendekoration	34	Warendruck	102
Beleuchtung	42		

Mittelraummöbel	106	Beleuchtung	146
Rundständer	109	Akustik und Duft	152
Barren	110	Akustik	155
Gondel	114	Duft	156
T-Arm und 4-Arm	116	Neue Technologien	158
Tisch	116	Einrichtung und Materialien	162
Warendruck	123	Möbel	164
Sale	124	Bildmotive	166
Servicebereiche	130	Mannequins	170
Kabinen	133	Präsentier	172
Kasse	134	Bügel	174
Service	137	Jahresplanung	178
Beschilderung	138	Checkliste	181
Store-Guide und Wegweiser	141	Schlusswort	185
Service-Guide	141	Autoren	186
Preis- und Aktionsbeschilderung	142	Bildquellen	187

