

# INHALT

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

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

