



Ladenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie für Verkaufsräume: Gestaltungs- Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen



Download



Online Lesen

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Ladenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie für Verkaufsräume: Gestaltungs-Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen

Wilhelm Kreft

Ladenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie für Verkaufsräume: Gestaltungs-Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen Wilhelm Kreft

 [Download Ladenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie ...pdf](#)

 [Online lesen Ladenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Ladenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie für Verkaufsräume: Gestaltungs-Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen
Wilhelm Kreft

856 Seiten

Autorenkommentar

Dieses Buch ist aus meinen persönlichen Erfahrungen mit Ladenplanungen entstanden und ist auch so zu verstehen. Merchandising-Architektur, diesen Begriff habe ich für meine Vorlesungen geprägt, um bei den Studentinnen und Studenten die Doppelkodierung für die Ladenplanungen aus Merchandising und Innenarchitektur zu erklären. Ich fühle mich der Denk- und Arbeitsweise der Merchandising-Architektur und damit der Verflechtung von Ökonomie und Ästhetik verbunden! Die wichtigen Erfahrungen, die ich während meiner Tätigkeit als Innenarchitekt gemacht habe, habe ich in diesem Buch aufgezeichnet. Dieses Buch trägt deshalb autodidaktische Züge. Ladenplanung ist immer Zukunftsplanung für ein Unternehmen. Es ist immer wichtig und interessant, an der Zukunft eines Unternehmens mitzudenken und mitzuplanen. Die Zukunftsplanung ist nur dann positiv für das Unternehmen, wenn sie einen positiven Verkaufraum schafft, mit humaner, lebensgeährender, ökonomischer Kompetenz. Zur Ladenplanung gehört die Begeisterung, die Emotionalität des Planens, um die Emotionalität des Konsumenten zu erreichen! Der Konsument folgt zunehmend nicht nur der Ware, sondern der bedeutenderen, unterscheidenden Unternehmensleistung am Markt, die ihm die Gesamtleistung "Verkaufsraum" als Bühne sichtbar macht. Klappentext "Schöne Läden lächeln immer" und weiter "Man lächelt nur in Läden, mit deren Raumgestaltung und mit dessen Erlebnisangebot man sich identifizieren kann - Verkäufer wie auch Kunden", schreibt Professor Burkhard Weinges in einem Geleitwort zur vorliegenden, umfassend überarbeiteten und erweiterten Auflage des Standardwerkes von Wilhelm Kreft. Damit das gelingen kann, muss der innovative Verkaufsraum ein Ort der Begegnung sein und zur Bühne für Inszenierungen aus Warenbildern, emotionalen Darstellungen und Events werden. Dies erfordert eine neue Besinnung in der Ladenplanung. Es geht um die Schaffung von Erlebniswelten und Milieus, die individuell auf die Unternehmenskultur abgestimmt sind, den Kunden animieren und auf die Ware einstimmen. Erfolgreiche Merchandising-Architektur wird von vielfältigen Aspekten geprägt. Dieses Buch vermittelt Architekten, Innenarchitekten, Designern und Fachplanern detailliert fundierte Kenntnisse zur Entwicklung individueller Ladengestaltungskonzepte. Dem Management des Einzelhandels dient es als wertvolle Grundlage für das Gespräch mit dem Planer. Behandelt werden dabei Themen wie - Die Partner der Ladenplanung - das Corporate Identity - das Erscheinungsbild des Unternehmens, - das Unternehmen und seine Zukunft, - die Inszenierung - das Architekterlebnis, - das Sortiment, - der Raum (Raumkonzepte, Feng Shui, Standorte), - der technische Ausbau (Heizung, Klima, Beduftung, ...) - die Gestaltungsmittel (Ware, Bilderwelten, Warenträger, Material, Farbe, Lichtplanung), - die Kundenleitwege und deren Planung, - die Warenbilder - Warenleitbilder - die Warenplatzierung, - die Raumerweiterungsplanung, - die Leitbereiche Über den Autor und weitere Mitwirkende Prof. Wilhelm Kreft, Diplom-Ingenieur, Innenarchitekt BDIA, DLV, DWB geb. 1929 1956 Raumgestalter, Abschlussprüfung an der Werkkunstschule Hannover. Innenarchitekt in Ladenbaufirmen. 1962 "freier Innenarchitekt", Selbständigkeit mit eigenem Büro 1963 Gründung eines Ladenbauunternehmens 1972 Berufung in den Vorstand des Deutschen Ladenbau Verbandes 1973 Mitglied der Architektenkammer Niedersachsen, Berufung in den Arbeitskreis "zur Verbesserung des Erscheinungsbildes der Öffentlichen Bibliotheken", Mitarbeit an der Broschüre "Die Präsentation der öffentlichen Bibliotheken" 1974 Dozent an der Fachschule des deutschen Buchhandels, Frankfurt (Main) 1981-83 Präsident der "ISO - International Shopfitting Organisation", London und Amsterdam, der Vereinigung der nationalen Verbände der Ladenbauer 1982 Geschäftsführer der Wilhelm Kreft GmbH, Planung und Fertigung von Buchhandlungen und Bibliotheken, Wedemark bei Hannover 1985 Lehrbeauftragter für "Systematische Ladenplanung" an der Fachhochschule Hannover, Fachbereich Kunst und Design - Studienbereich Innenarchitektur 1990 Kommunikative Ladenplanung, Kundenleitwege, Warenbilder für verschiedene Branchen, Mitglied des BDIA, 1992 Mitglied des DWB 1994 Honorarprofessor an der Fachhochschule Hannover, Studienbereich

Innenarchitektur 1997 Planung KulturKaufhaus Dussmann, Berlin

Download and Read Online Ladenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie für Verkaufsräume:

Gestaltungs-Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen Wilhelm Kreft

#R4VMWT137BE

Lesen Sie Ladenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie für Verkaufsräume: Gestaltungs-Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen von Wilhelm Kreft für online ebookLadenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie für Verkaufsräume: Gestaltungs-Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen von Wilhelm Kreft Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Ladenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie für Verkaufsräume: Gestaltungs-Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen von Wilhelm Kreft Bücher online zu lesen. Online Ladenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie für Verkaufsräume: Gestaltungs-Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen von Wilhelm Kreft ebook PDF herunterladenLadenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie für Verkaufsräume: Gestaltungs-Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen von Wilhelm Kreft DocLadenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie für Verkaufsräume: Gestaltungs-Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen von Wilhelm Kreft MobipocketLadenplanung: Merchandising-Architektur. Strategie für Verkaufsräume: Gestaltungs-Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen von Wilhelm Kreft EPub