

**P R E S S E - I N F O R M A T I O N**

Methode zur Messung der Warenbild-Qualität

**LESS IS MORE besteht im Prüf-Labor**

**Im Auftrag des Beratungs-Unternehmens *retail branding* hat Prof. Dr. Peter Walla von der Webster Privat-Universität Wien eine kostengünstige Methode zur Messung der Warenbild-Qualität in Läden entwickelt. Das innovative Untersuchungslayout eignet sich auch als wirkungsvolle Entscheidungshilfe bei der Logo- und CD-Entwicklung, zur Beurteilung von Verpackungs-Design sowie generell von Visualisierungs-Strategien.**

Die Qualität der Warenpräsentation (in Fachkreisen auch Warenbildgestaltung genannt) ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg eines Handelsunternehmens. Treffsicher beurteilt werden kann diese Qualität vor allem durch relativ kosten- und zeitaufwendige Untersuchungen am POS selbst. Die neue Methode unter Laborbedingungen ist dazu eine kostengünstige Alternative bzw. Ergänzung. Dabei haben die Probanden jeweils innerhalb sehr kurzer Zeit Beurteilungen zu Farben, Formen, Bildern und Textpassagen abzugeben. Gleichzeitig wird die körperliche Reaktion im Kontext mit den konkreten Aussagen gemessen.

"Für uns ist diese Methode aus dem Neuromarketing ein hervorragendes Instrument zur Beurteilung der Warenbild-Qualität, insbesondere bei der Implementierung von Sortiments-Strategien nach dem Prinzip LIM (Less is More)" sagt Mag. Arndt Traindl, Geschäftsführer von *retail branding*. LIM geht davon aus, dass eine geringere Anzahl unterschiedlicher Modelle im Warenbild die Attraktivität der Sortimentsdarstellung entscheidend verbessert. Die Berücksichtigung von LIM-Benchmarks, im Modehandel z. B. 1 bis maximal 2,5 unterschiedliche Modelle pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, macht die Warenpräsentation nicht nur attraktiver, sondern verhindert auch ein Ausufern der Sortimentsfülle und optimiert den gesamten Warenmanagement-Prozess.

Im Handel ist heute immer wieder zu hoher Warendruck zu beobachten, weil zu viel Ware auf die Fläche gedrückt wird. Dadurch kommt es zu einer falschen Preis-Wahrnehmung, oft gefolgt von der Notwendigkeit frühzeitiger Abschriften. Ein fataler Kreislauf. LIM-Strategien, u. a. gestützt von der neuen Mess-Methode, können hier entscheidend helfen.

((Bild- und Illustrationstexte:))

(Warenbildgegenüberstellung:)



Die Warenbild-Qualität kann ohne großen Aufwand bereits im Labor gemessen werden.

(Prof. Walla:)

Prof. Peter Walla von der Webster Privat-Universität hat in Zusammenarbeit mit *retail branding* eine Methode zur "Beurteilung visueller Darbietungen" entwickelt.

(Mag. Traindl:)

"Eine möglichst objektive Beurteilung der Warenbild-Qualität ist für die Entwicklung von LIM-Strategien besonders wichtig" meint Mag. Arndt Traindl, Geschäftsführer von *retail branding*.

Amstetten, 16. 9. 2015

Für den Inhalt verantwortlich [reinhard.peneder@retailbranding.at](mailto:reinhard.peneder@retailbranding.at) (+43 664 1821060), PR-Verantwortlicher der retail branding GmbH, 3300 Amstetten/Austria, Preinsbacher Straße 5, +43 7472 23377-22, [office@retailbranding.at](mailto:office@retailbranding.at), [www.retailbranding.at](http://www.retailbranding.at)

---

*retail branding* ist ein kleines, feines, hoch spezialisiertes Beratungs-Unternehmen, das auf die Entwicklung bzw. Weiterentwicklung von Handels-Konzepten fokussiert ist und deren Umsetzung begleitet. Das 2006 von Mag. Arndt Traindl gegründete Unternehmen mit Sitz in Amstetten/Niederösterreich gilt als richtungsweisend im praxisorientierten Store Branding.

---