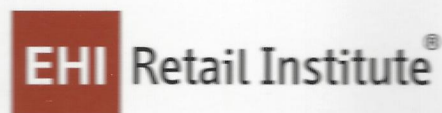


EHI Shopping-Center Report 2017

Neueröffnungen, Planungen, Revitalisierungen
sowie Factory-Outlet-Center



in Kooperation mit





FOTOBODEN™: Individuelles Bodendesign für adidas

Heute gilt mehr denn je, den stationären Handel wieder interessant(er) zu machen und Kunden statt zum Online-Kauf in die Stadtzentren zu locken. Ein perfektes Beispiel für gelungenes Store Design ist der neue adidas Shop in Wien.

Das Design des jeweiligen Stores muss zum Image und zu den Produkten der Marke passen: Individuell oder exklusiv, szenig oder romantisch. Mit FOTOBODEN™, dem individuell bedruckbaren Vinylboden, werden Produkte perfekt in Szene gesetzt, egal, ob es sich um kleine Spots oder große Flächen handelt. Gleich den gesamten Shop in einem einheitlichen Bodendesign gestaltete adidas in Wien. Hier wurde ein Betondekor verlegt, teilweise geschwärzt und im used-Look. Diese schafft eine besondere Erlebniswelt, die gut zu den Produkten passt und den Kunden sofort auffällt. Ausgewählte Produkte werden in weiß abgegrenzten - Sportlinien ähnelnden - Flächen gezeigt.

FOTOBODEN™ eignet sich perfekt für die Nutzung im Bereich Visual Merchandising, da er leicht zu verlegen und wieder verwendbar ist: Einfach nach dem Einsatz einrollen, einlagern, fertig - bis zum nächsten Gebrauch. FOTOBODEN™ besticht durch großformatigen und fotorealistischen Druck mit bis zu 1,8 Mrd. Pixeln je Quadratmeter. Bis zu 45qm können an einem Stück produziert werden.

FOTOBODEN.de

FOTOBODEN™ ist ein Produkt der visuals united ag mit Sitz in Kaarst. Der europaweit patentrechtlich geschützte Vinylboden ist individuell bedruckbar und sorgt als Werbendekorationsselement für eine Frequenzsteigerung am Einsatzort und somit für erhöhte Abverkaufszahlen. Eingesetzt wird er im Visual Merchandising am POS und für Messen. Auch Museen, TV-Produktionen, Ladenbau- und Bühnenbau-Unternehmen verwenden das vielfach DIN- sowie ISO-zertifizierte Material. FOTOBODEN™ ist zu 100% recycelbar. Als führender Spezialist für bedruckte Böden bietet die visuals united ag Design, Druck sowie Produktentwicklung an.

Weitere Informationen unter www.FOTOBODEN.de



Fotos: fotoboden

Fotoboden/Visuals United

Individuelles Bodendesign

Der stationäre Handel ist in der Pflicht: Es gilt, die Aufmerksamkeit von potenziellen Kunden (wieder) verstärkt auf sich zu ziehen und so die Kaufkraft zurück in die Innenstädte und Einkaufszentren zu holen. Nur so kann ein Gegengewicht zum oftmals schnellen und unkomplizierten Online-Kauf hergestellt werden. Und nur so kann die Besucherfrequenz gehalten oder im besten Fall noch erhöht werden.

Kunden möchten nicht in immer gleich aussehende Geschäfte oder Shopping-Center gehen, interessanter ist ein Wechsel im Erscheinungsbild. Fotoboden will mit seinen Produkten dazu beitragen, dass vorhandene Flächen in neuer Optik präsentiert werden.



Timo Michalik
Vorstand der visuals
united ag

Mit dem individuell bedruckbaren, 2 mm starken Vinylboden kann jedes noch so individuelle Design problemlos umgesetzt werden. Die Größe spielt dabei keine Rolle. Fotoboden kann sowohl als allgemeines Gestaltungselement oder auch in der Schaufenster-Dekoration, bei großen wie kleinen Flächen eingesetzt werden.

Adidas in Wien gestaltete gleich den gesamten Shop in einem einheitlichen Bodendesign. Hier wurde ein Betondekor verlegt, teilweise geschwärzt und im Used-Look. Dieser Boden will so mit einfachen Mitteln eine besondere Erlebniswelt schaffen, die gut zu den Produkten passt und auffällig wirkt. Ausgewählte Produkte

Bild links: Der adidas Shop in Wien im Betondesign von Fotoboden

Bild rechts: Ausgewählte Produkte werden in mit weiß abgegrenzten – Sportlinien ähnelnden – Flächen gezeigt



werden in mit weiß abgegrenzten –Sportlinien ähnelnden – Flächen gezeigt. „Das Design eines Shops muss zum Image und zu den Produkten der Marke passen“, so Timo Michalik, Vorstand der Visuals United AG und Erfinder von Fotoboden. „Egal, ob individuell oder exklusiv, szenig oder romantisch.“

Der Druck von Fotoboden erfolgt mit bis zu 1,8 Mrd. Pixeln je Quadratmeter auf Vinylboden. Mit bis zu 3,15 m breiten Bahnen sind Bodenbeläge von bis zu 20 m an einem Stück sowie Flächen von mehr als 1.000 qm möglich. Bis zu 45 qm können an einem Stück produziert werden.

Wiederverwendbarkeit

Zudem ist Fotoboden durch die Brandschutzklasse Bfl-s1 sowie die R10-Rutschhemmung geeignet für fast jeden Einsatzort und kann schnell verlegt, einfach gereinigt sowie schnell rückstandslos entfernt werden. Und nach dem Einsatz kann der Boden einfach wieder aufgerollt, eingelagert und anschließend auch mehrfach wiederverwendet werden.

„Die mehrfache Verwendbarkeit des Bodens ist für uns unter anderem ein Grund, Fotoboden bei verschiede-

nen Projekten oder Promotion-Aktionen einzusetzen“, sagt Günter Weniger, CEO der Adidas betreuenden Agentur Ambient Art Werbe GmbH. „Auch die Druckqualität hat uns überzeugt, der Druck ist präzise und farbgenu.“ Hinzu komme die leichte Verlegbarkeit. So kam Fotoboden auch bei der Umgestaltung des Wiener Adidas Store zum Einsatz. Hier wurde der Boden zur dauerhaften Nutzung verlegt und nachher versiegelt, um eine längere Haltbarkeit zu gewährleisten.

Fotoboden wird im Einzelhandel bereits häufig eingesetzt. Der Anspruch an Produktpräsentationen und die Verkaufsraum-Gestaltung am POS ist hoch, die Dekorationen oder Promotion-Aktionen müssen innovativ und hochwertig aussehen und gleichzeitig bezahlbar sein.

Das Produkt Fotoboden ist laut Hersteller zu 100 Prozent recycelbar. Wichtig für den Einsatz am POS: Alle notwendigen Zertifizierungen für den gewerblichen Einsatz sind vorhanden, dazu gehören die baurechtliche Zulassung, CE-Zeichen, Brand- und Rutschhemmung sowie eine zusätzliche Versicherung über 10 Mio. Euro.

Timo Michalik