

MEHR BESUCHER

MEHR ERFOLG

MORE VISITORS

MORE SUCCESS



↑ hier ausklappen zum Einheften ↑



BLICKFANG

More visitors at your booth

DE Das wichtigste Ziel einer Messebeteiligung ist die maximale Anzahl an Besuchern am eigenen Stand. Egal, ob es sich um die Bestandskundenpflege, Neukundengewinnung oder den direkten Geschäftsabschluss handelt, die Anzahl der Besucher ist maßgeblich für den Messeerfolg. Ihre Story muss bereits aus der Entfernung klar erkennbar sein. Dabei spielt die größte zusammenhängende Fläche, der Boden, eine bedeutende Rolle. Der ganze Stand oder einzelne Exponate können so ins Rampenlicht gerückt werden und helfen, mehr Besucher anzuziehen.

EN The most important goal of any trade fair participation is the maximum number of visitors at your own stand. Regardless of whether it is a matter of maintaining existing customers, winning new customers or direct sales, the number of visitors is the measure of every trade fair success. Your story must be clearly recognizable from a distance. The largest connected area, the floor, plays an important role. The whole stand or individual exhibits can then be put in the spotlight and help to attract more visitors.





**EINDRUCK
HINTERLASSEN**



NACHHALTIG BEEINDRUCKEN

Long lasting effects

DE Was hilft ein Besuch am Messestand, wenn er nicht langfristig in Erinnerung bleibt? Den Bekanntheitsgrad zu steigern ist das zweitwichtigste Ziel jeder Messebeteiligung. Positive Erinnerungen sind eines der stärksten Verkaufsargumente um sich aus der Masse der Anbieter abzuheben. Unterstützen Sie Ihren Vertrieb mit einer emotionalen Inszenierung, sodass der Kunde ihn nach der Messe kontaktiert, nicht umgekehrt.

EN What good is a visit to an exhibition stand if it does not remain in your memory for a long time? Put an exclamation mark on it! It is the second most important goal of every trade fair participation. Positive memories are one of the strongest sales arguments to help you stand out from the mass of suppliers. Support your sales team with an emotional staging so that the customer contacts them after the trade fair, not vice versa.

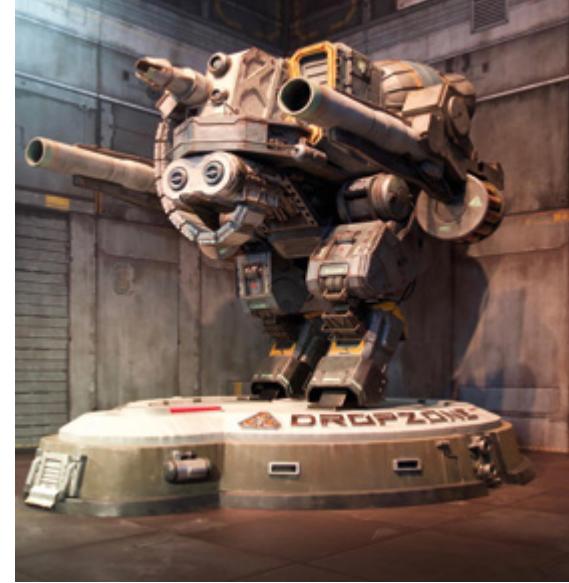


BOTSCHAFTEN VERMITTELN

Send your message

DE Der erste Eindruck zählt und ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte. Nutzen Sie die ersten Sekunden, um die richtige Markenbotschaft visuell zu transportieren. Danach hat Ihr Vertrieb alle Zeit der Welt die gebannten Besucher von Ihren Produkten und Dienstleistungen dauerhaft zu überzeugen.

EN The first impression counts and a picture says more than 1,000 words. Use the first seconds to visually convey the right brand message. Then your sales team has all the time in the world to convince the fascinated visitors of the value of your products and services.



BODENWERBUNG

WIRKT!



VERWEILDAUER VERLÄNGERN



BEZIEHUNG AUFBAUEN

establish a customer relationship

DE Je mehr Zeit ein Besucher an Ihrem Stand verbringt, desto intensiver und nachhaltiger ist seine Erinnerung – und desto weniger Zeit hat er für die Konkurrenz. Eine angenehm gesellige Atmosphäre verlängert die Verweildauer der wichtigen Besucher und somit Ihren Messerfolg. Der Boden unterstützt die Symbolik maßgeblich.

EN The longer a visitor spends at your stand, the more intense and lasting his experience is – and the less time he has for the competition. A pleasant and convivial atmosphere extends the length of time important visitors spend at your stand, and thus the success of your trade fair. The floor supports the symbolism.

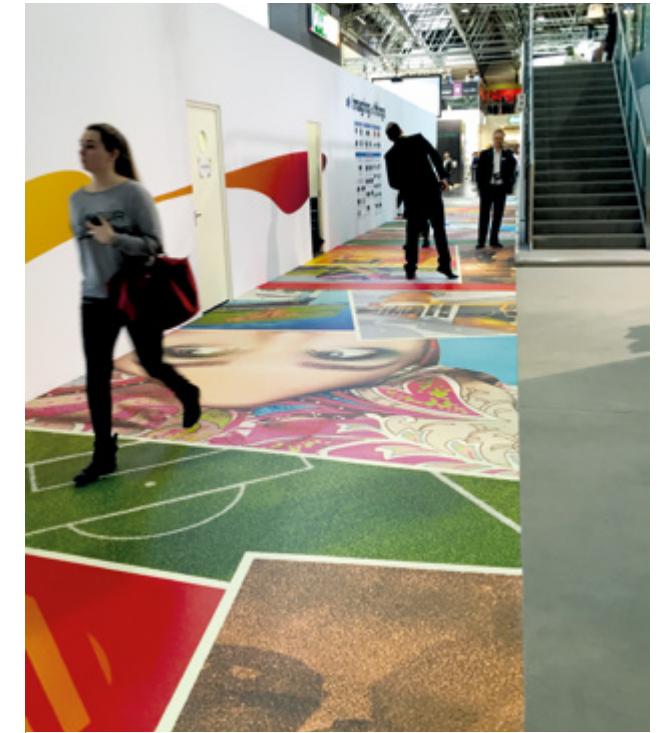




WEGWEISENDE MESSEWERBUNG



So?...



...oder so?

BESUCHERFÜHRUNG

Lead the visitors

DE Im Schnitt verweilt ein Besucher an weniger als zehn Ständen je Messetag. Gewinnen Sie seine Aufmerksamkeit schon beim Betreten des Geländes und führen ihn zu Ihrem Stand. Denn dort erwartet ihn das beste Angebot, er muss es nur wissen. Messegelände bieten eine Vielzahl wirkungsvoller Bodenwerbeflächen, die Sie buchen sollten.

EN On average, a visitor spends time at fewer than ten stands per trade fair day. Attract their attention as soon as they enter the exhibition grounds and lead them to your stand. The best offer awaits him at your booth: he just needs to know. The exhibition grounds offer a large number of effective floor advertising spaces.

EUROSHOP

Visit **FOTOBODEN™** - hall 11

DE Auf der EuroShop, in unserer Heimatstadt Düsseldorf, zeigen wir unsere Neuheiten für das Visual Merchandising, Ladenbau, Messebau und Events. Besuchen Sie unseren Stand der visuals united AG, denn auch wir wollen Sie als Kunden gewinnen.

EN At the EuroShop in our hometown of Düsseldorf, we will show you our novel approach to visual merchandising, shopfitting, exhibition stand construction and events. Visit our visuals united AG stand, because we also want to win you as a customer.





BODEN GUT MACHEN

Individuell bedruckbarer Vinylboden

DE Der Boden kommt in zahlreichen Sprichwörtern vor: So kann man ein bodenständiger Mensch oder „am Boden zerstört“ sein, das Handwerk hat einen „goldenen Boden“. Stephen Hawking hat gesagt, er hält uns davon ab, von der Gravitation in den Mittelpunkt der Erde gezogen zu werden. Als Grundlage unserer Bewegung ist der Boden elementar für unser Leben und verdient somit deutlich mehr Aufmerksamkeit! Zu Beginn war unsere Idee, „Boden gut zu machen“. Im Messebau fehlte es an Individualisierungsmöglichkeiten für diese größte und damit teuerste Fläche auf einem Stand. Nach über einem Jahr Forschung und Entwicklung haben wir die ersten Projekte mit fotorealistisch bedruckten Vinylböden umgesetzt. Recht bald folgten Projekte für Film- und Fernsehproduktionen sowie Ausstellungen und Museen. Auch der Handel und Markenartikler erkannten das Potenzial der größten und bislang ungenutzten Werbefläche schnell und stellen heute unser größtes Kundensegment dar. Diese Anwender nutzen FOTOBODEN™ für Schaufenster, als Dekoration und für großflächige Bodenwerbung, ganz nach unserem letztjährigen EuroShop-Slogan: Increase traffic – Boost Sales! Auf den bisherigen Erfolgen ruhen wir uns nicht aus, wir haben noch viele Ideen. Insbesondere in Südeuropa haben

wir mit VinylRugs, unserem neuesten Produkt - großflächigen Unterlagen aus Vinyl mit Fliesen- oder Teppichdekor - einen ersten Trend im B2C-Segment gesetzt. Heute ist die visuals united AG führend bei digitalen Böden. Patentiert in vielen Ländern Europas steht FOTOBODEN™ für höchste Produktqualität gepaart mit kreativem Design. Unsere Floor Artists sind einfach die besten digitalen Bodengestalter der Welt. Mit mehr als 5.000 Projekten reicht ihr Erfahrungsschatz von der einzelnen Werbematte bis zu Projekten von der Fläche von drei Fußballfeldern. Lediglich die Technik limitiert die Kreativität. Die Datenmengen von tausenden Quadratmetern fotorealistischem Bodendesign bringt die Hardware an ihre Grenzen. Unser ehrgeiziges Team sieht jeden Auftrag als einzigartiges Projekt, welches in Perfektion umzusetzen ist. Diese Kundenorientierung wird durch das kontinuierlich starke Wachstum bestätigt. Diese Innovation zeigt sich auch im Umsatz; mehr als 25% davon basiert bei uns auf Ideen der letzten 18 Monate. Diese kleine Broschüre soll als Inspirationsquelle für alle Kreativen dienen, die wie wir Boden gut machen wollen.

Mit kreativen Grüßen
Timo Michalik





GAINING GROUND

Custom printed vinyl flooring

EN The words “floor” and “ground” appear in a lot of sayings: You can be a down-to-earth person who has “both feet on the ground” or be “floored” and “Craft has a golden floor”. Stephen Hawking would have said that it stops us from being pulled to the earth’s centre by gravity. The ground, as the basis for our movement, is fundamental to our life. And therefore it clearly earns more attention!

The idea of “gaining ground” was crucial to us from the start. Exhibition stand construction lacks the possibility of individualising these biggest and thereby most expensive areas on a stand or booth. We realised the first project with photorealistic vinyl flooring after over a year of research and development. Projects for film and TV productions, as well as exhibitions and museums, very soon followed. Commerce and branded goods manufacturers also quickly recognised the potential of the large, and up to then unused, advertising areas, and is now our biggest customer segment. These users utilise FOTOBODEN for display windows, as decoration, and for large-area floor advertising, true to our EuroShop slogan from last year: “Increase Traffic – Boost Sales!” We are not resting on our laurels, we still have many ideas. In southern Europe in particular, we have created a new trend in the B2C segment with our newest product VinylRugs—large-area vinyl underlays with a tile

or carpet decor. visuals united AG is also leading in digital floors today. FOTOBODEN, which is patented in many European countries, stands for top product quality paired with creative design. Our floor artists are simply the best digital floor designers in the world. Their treasure trove of experience from more than 5,000 projects extends from individual advertising mats to projects the size of three football fields. Only the technology limits the creativity. The data volume for thousands of square meters of photorealistic floor design pushes the hardware to its limits. Our ambitious team sees every order as a unique project to be realised perfectly. This customer orientation is affirmed by continuous strong growth. These innovations are also seen in the turnover, more than 25% of which is based on our ideas over the last 18 months. This small brochure is intended to serve as a source of inspiration for all creative people who, like us, want to make “ground” well.

Creative regards,
Timo Michalik





PROMOTION EMOTION



AUFFALLEN

Increase promotion visitors

DE Promotions und Events haben das gleiche Ziel wie Messen: Eine maximale Besucheranzahl. Auch hier gilt es aus der Ferne erkennbar sein, die Besucher zu locken und dann vor Ort zu überzeugen. Der Boden gibt der Fläche den Rahmen dazu und ist die größte sichtbare Werbefläche für Ihren Erfolg.

EN Promotion and events have the same goal as trade fairs: A maximum number of visitors. Here, too, it is important to be visible from a distance, to attract visitors and then convince them on-site. The floor gives the space its frame and is the largest visible advertising space for your success.



OBJEKTBODEN

permanently impressive

DE Was kurzfristig funktioniert, funktioniert auf Dauer noch besser. Die Wirkung von Böden auf die Story ist zweifelsfrei signifikant. Nutzen Sie diese langfristig für den stationären Handel, Showrooms und Büroräume. Ob partiell, für eine Abteilung oder für die gesamte Fläche. Filialisten können weltweit die gleiche Optik umsetzen, denn unser Boden kann reversibel in Mietobjekte eingebracht werden. Insbesondere für die Event- und Erlebnisgastronomie sowie für Hotels wird der Erlebnisfaktor immer wichtiger. Kreative Museen machen vor, was in der Architektur zum Standard wird. Jede Story wird über den Boden deutlich verstärkt. Nutzen Sie die Kraft Ihre Story für Ihren Erfolg.

EN What works in the short run works even better in the long run. The effect of flooring on the story is undoubtedly significant. Use them permanently for stationary retail, showrooms and offices. Whether partially, or for one department, or for the entire area. Chain stores can implement the same look worldwide, because our flooring can be used reversibly in rental properties. The experience factor is becoming increasingly important, especially for event and experience gastronomy, as well as for hotels. Creative museums demonstrate what is becoming the standard in architecture. Each story is clearly reinforced by the floor. Illustrate the power of your story for your success.

NUTZUNGSKLASSE 43
15 JAHRE GARANTIE





NOCH NICHT ÜBERZEUGT?

**STÖBERN SIE IN ÜBER
500 REFERENZEN:**

hier falten zum Einheften

hier falten zum Einheften

WWW.FOTOBODEN.DE