

# discover GERMANY

Switzerland & Austria

ECONOMY PP ESTONIE 179 EESTI POST AS  
Timo Michalik  
visuals united ag  
An der Gumpgesbrücke 26  
41564 Kaarst  
Germany

THE MAGAZINE  
PROMOTING THE  
D-A-CH REGION IN  
ENGLISH AND  
GERMAN



**STEFAN  
KRAFT**

AUSTRIA'S SKI JUMPING ACE

**PLUS**

BEST OF AUSTRIA  
SWITZERLAND'S GOURMET EXPERTS  
TOP RECRUITMENT SPECIALISTS  
DEDICATED TO RETAIL TECHNOLOGY  
TRAVEL, BUSINESSES & MORE

THE MAGAZINE PROMOTING GERMANY, SWITZERLAND & AUSTRIA



Lust auf Schokolade? Bodenwerbung wirkt!

## FOTOBODEN™

# Umsatzsteigerung durch Bodenwerbung

Man sollte ja immer darauf achten wohin man tritt, aber die Firma visuals united AG macht schnell klar, dass es sich tatsächlich lohnt auf den Boden zu schauen. Mit ihrem cleveren, neuen Produkt FOTOBODEN™ machen sie den Grund unter unseren Füßen gekonnt zur Marketingplattform und setzen eine sonst eher nichtssagende Fläche zielsicher in Szene.

TEXT: MARILENA STRACKE | FOTOS: VISUALS UNITED AG

Farbecht und haltbar, eben ein Foto aber als Fußboden. Das ist das unschlagbare und einzigartige Konzept der visuals united AG. Dabei ist es völlig egal, ob es sich um Marketing oder Dekoration handelt. Einsetzbar draußen, sowie drinnen, ist der FOTOBODEN™ ein multifunktionales Talent, dass einfach alle Aufmerksamkeit auf sich zieht.

„FOTOBODEN™ ist der erste individuell bedruckbare Vinylboden. Der europäisch

patentierter Boden wird entweder als Werbefläche oder als Dekoration eingesetzt. Insbesondere im Visual Merchandising des stationären Handels werden Schaufenster, besondere Verkaufsflächen, Displays, Fokuspunkte und vieles mehr mit FOTOBODEN™ aufgewertet,“ erklärt Gründer und CEO Timo Michalik enthusiastisch. „Die Fernwirkung der Flächen sorgt dafür, dass Menschen zu diesen POS Punkten gehen, also die Besucherfrequenz am Einsatzort deutlich erhöht wird. Eine

erhöhte Frequenz am POS ist die Grundvoraussetzung für eine Absatzsteigerung. Motto: Increase traffic – Boost sales!“

„Jeder, der den Verkauf seiner Produkte steigern will, gehört zu unserer Zielgruppe. Bei Messeständen erzielt FOTOBODEN™ bis zu 20 Prozent mehr Besucher am Stand. Das beruht darauf, dass der Stand und das Thema schon von weitem erkennbar sind und somit die Fernwirkung deutlich steigt,“ erklärt Michalik.

„Das gleiche gilt für Markenartikler und den Handel. Seine Produkte unter 20.000 im Warenhaus oder Baumarkt herauszustellen ist oft nicht leicht. Aber 75 Prozent aller Kaufentscheidungen fallen am POS. Damit ist genau hier die Werbung am wirksamsten. Viele Spielzeughersteller



ler nutzen zum Beispiel FOTOBODEN™ um die Displayständer schon aus der Ferne sichtbar zu machen. Kinder lieben dies und zerran die Eltern an den POS – Verkauf! Dies funktioniert mit allen Produkten, ob Fashion, Süßwaren oder Bratpfannen.“

Die Idee digitale Technik mit einem traditionellen Produkt wie dem Foto zu kombinieren kam Michalik eher aus der Not heraus. Für seine Software-Firma suchte er etwas, um bei einer Fachmesse aufzufallen. Er probierte Teppiche, die leider nie gut aussahen und sehr schnell verschmutzten. Aufkleber waren hingegen schwer sauber zu verlegen und hinterließen Klebereste, die sich nur mit viel Aufwand wieder entfernen ließen. Auch war seine Verbindung in den Messebereich für die Idee ausschlaggebend.

„Da meine Familie aus dem Messebereich kommt und wir die größte ungenutzte Werbefläche – den Boden – für unsere eigenen Messestände nutzen wollten, haben wir nach einer Lösung gesucht,“ sagt der Unternehmer aus Düsseldorf.

„Vorhandene Systeme wie Aufkleber oder Teppiche waren einfach qualitativ zu schlecht und zu aufwendig, folglich zu teuer. So entstand die Idee einen Vinylboden fotorealistisch zu bedrucken. Das ist die Kombination von hervorragendem Druckbild, schneller Verlegung und kostengünstiger Produktion. Aus dem Erfolg des Produktes ist dann die visuals united AG entstanden.“

Heute beschäftigt die Firma rund 25 Mitarbeiter und produziert jeden Monat Fotoboden von ca. der Fläche eines ganzen Fußballfeldes. Von Fotomotiv über Holzboden, Fliesen oder Pantoneflächen ist alles machbar. Der bedruckte Vinylboden ist dabei brandschutz zertifiziert, leicht durch einfaches nass wischen zu reinigen und rutschhemmend. Er ist baurechtlich zugelassen und zudem antistatisch. Dies sind alles extrem wichtige Qualitätskriterien bei Kunden wie Flughäfen, Messen, Theatern, Museen und insbesondere im Einzelhandel.

Die Umwelt kommt bei visuals united AG auch nicht zu kurz, denn der Vinylboden

wird zu 100 Prozent recycelt. Man kann also mit gutem Gewissen auf diese exzellente Werbemethode zurück greifen.

Michalik und sein Team erstellen den Vinylboden ganz nach den Wünschen ihrer Kunden, die genauso vielseitig sind wie FOTOBODEN™ selbst. Bei der Herstellung der raffinierten Böden gibt es einige Kriterien, die zu beachten sind.

Laut Michalik sind vor allem die Größe und Grafik entscheidend, denn je größer eine Fläche ist, desto höher wird auch die Fernwirkung. „Die Grafik sollte überdimensioniert sein und aus der Ferne erkennbar. Beispielsweise sollten Schokoladenstücke 50 Zentimeter groß sein, statt 1 Zentimeter im Original. Am schönsten sind immer fotorealistische Darstellungen, da diese den Kunden besonders stimulieren. Unser Floorartist, der beste Bodendesigner der Welt, gestaltet oftmals Landschaften bis zu 1.000 qm aus echten Fotos,“ fügt er hinzu.

Dass Michalik mittlerweile das Vertrauen eines großen Kundenstammes genießt, ist

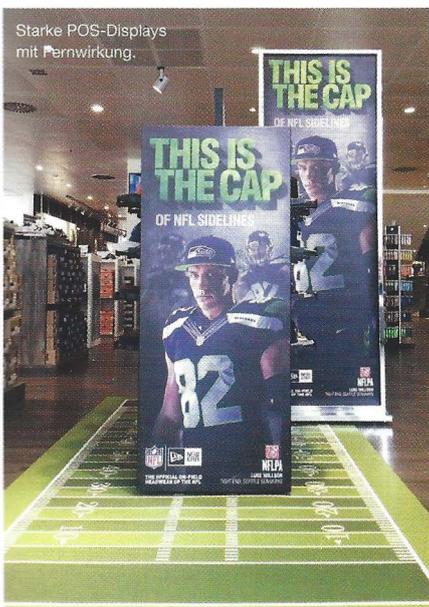
bei diesem cleveren Produkt nicht überraschend. In den letzten Jahren realisierte die Firma über 5.000 Projekte und zeigt davon auch viele auf ihrer Website, damit sich neue Kunden direkt ein gutes Bild machen können.

„Für Spielwarenhersteller wie Lego und Playmobile machen wir viel im Handel. Aktuell im Februar 2018 liefern wir für einen Fashion-Retailer über 3.000 Schaufensterböden in ganz Europa aus. PKW Präsentationen für VW, Skoda, Audi, Ford, Citroën oder Mercedes machen wir regelmäßig,“ verrät Michalik.

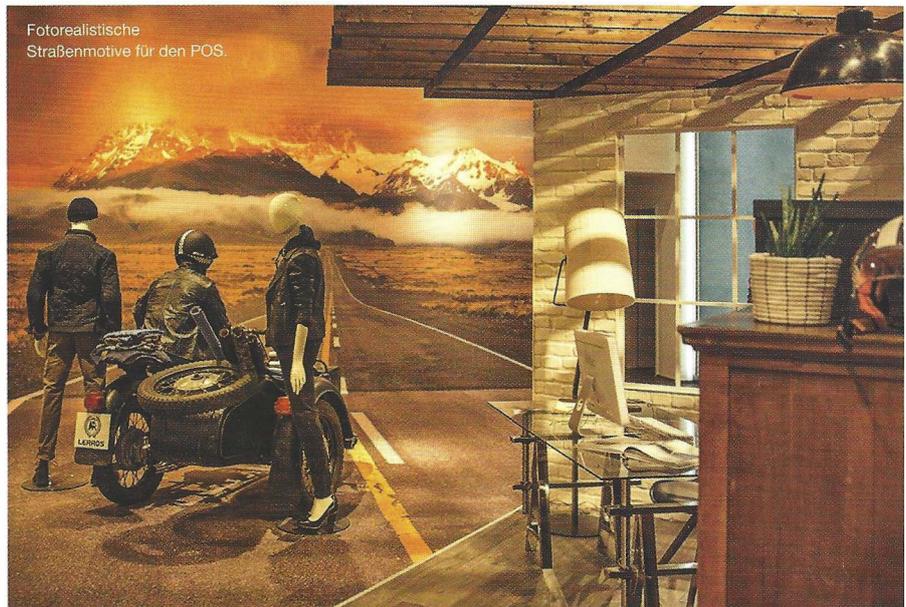
„Dazu zählt auch die Eishockeyweltmeisterschaft für Skoda. Messestände haben wir für Vodafone, Gillette, adidas, Fila, HP und Stepstone gefertigt. Besonderes Highlight ist der Thronsaal des Schlosses Neuschwanstein, der jährlich von 1,5 Millionen Touristen besucht wird. Hier wird der historische Boden durch eine 1:1 Kopie auf FOTOBODEN™ geschützt. Viele Museen und Ausstellungen verwenden zudem FOTOBODEN™ für Sonderausstellungen. Im TV-Bereich haben wir auch die Bühnen von *Germany's Next Top Model* und *Deutschland sucht den Superstar* gefertigt.“

„In den letzten Jahren sind wir stetig zweistellig gewachsen. Dies wollen wir auch in den nächsten Jahren beibehalten. Da der Boden die größte ungenutzte Werbefläche der Welt ist haben wir noch viel Potential nach oben,“ so Michalik. Der Fantasie und Kreativität sind bei visuals united tatsächlich keine Grenzen gesetzt. Jede Idee wird qualitativ hochwertig umgesetzt und der Boden so visuell in Szene gesetzt. Eine einzigartige Idee mit einer gekonnten Umsetzung, das ist FOTOBODEN™. Eben ein echtes Erfolgsrezept.

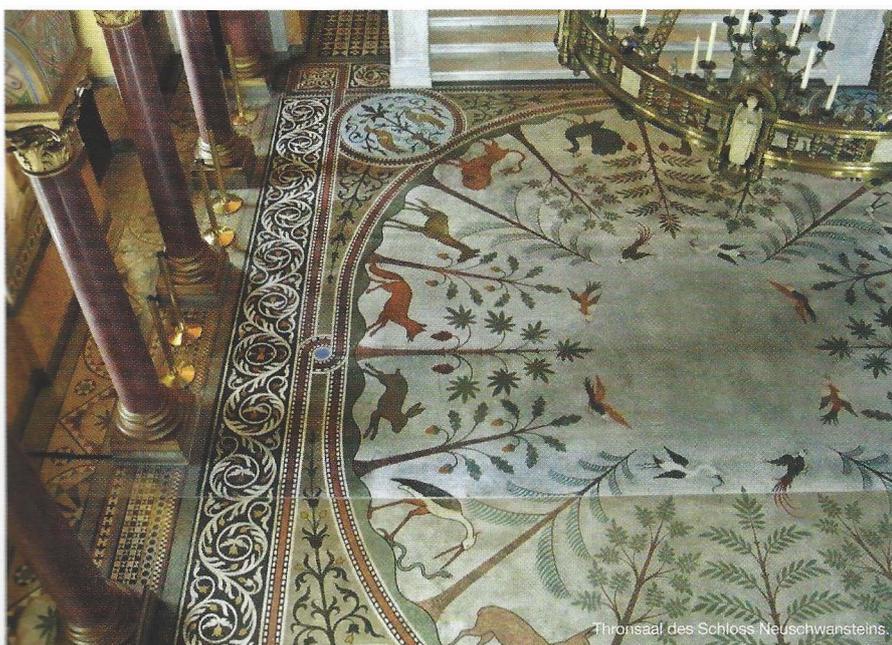
[www.FOTOBODEN.de](http://www.FOTOBODEN.de)



Starke POS-Displays mit Fernwirkung.



Fotorealistische Straßenszenen für den POS.



Thronsaal des Schloss Neuschwansteins.



Abgenutzter Turnhallenboden als PVC-Rollenware.