

▲ event news:
Mobile Konstruktionen für
„Mobilität der Zukunft“

▲ event news:
Marriott International
setzt auf easyRAUM

▲ event talk:
Interview mit
André Karpinski

eventundco

DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE EVENTBRANCHE

Ausgabe Dezember 2016 * Preis 4.50 EURO * www.eventundco.com



ps Konzept, Agentur für Kommunikation - Reinebuhweg 41 - 32609 Hüllhorst
ZKZ 75335, PsdG, DPAG, Entgelt bezahlt
96 ###
7Divisions - marketing on demand
Frau Graf
Yorkstraße 6
41061 Mönchengladbach

Klima 2016

Beheizung und Klimatisierung von Veranstaltungen

Der Fußboden als perfekte Werbefläche

FOTOBODEN™ für Messen, Events & Bühnen

Interview mit Timo Michalik, Vorstand der visuals united ag



Timo Michalik, Vorstand der visuals united ag

Mit Fotoboden™ bietet Timo Michalik seit dem Jahr 2012 nach anderthalbjähriger Entwicklungszeit einen strapazierfähigen und rutschfesten Vinyl-Boden mit Glasflies für die Stabilität, der mit 1,8 Milliarden Pixel je Quadratmeter fotorealistisch digital bedruckt wird. Das patentierte Druckmedium hat die Brandschutzklasse Bfl-s1/B1 (schwerentflammbar) sowie die Rutschhemmung R10, beides gilt für das bedruckte Material. In den zweieinhalb Jahren seit der Entwicklung von FOTOBODEN™ wurden über 2.500 Projekte realisiert. Anlass genug für eventundco, um mit Timo Michalik, Vorstand der visuals united ag, über die Besonderheiten dieses Bodenbelags sowie Anwendungsmöglichkeiten zu sprechen.

Herr Michalik, wie erklären Sie sich diesen Erfolg in dieser relativ kurzen Zeit?

Timo Michalik: Stimmt, wir sind sehr zufrieden. Wir sind nun im vierten Jahr und haben bereits einen siebenstelligen Umsatz und einen sechsstelligen Absatz erreicht. Der Erfolg gibt uns Recht, dass unser Material einzigartig ist. Es gibt kein vergleichbares Angebot für einen Bodenbelag, der sowohl innen als auch außen einsetzbar ist und eine lange Haltbarkeit garantiert. Sogar bei einer Besucherzahl wie bei der Skoda Eishockey WM mit über 300.000 Besuchern: Der Boden hält, was er verspricht. Dazu kommen die unendlichen Einsatzmöglichkeiten.



Welche sind das?

Wir verlegen FOTOBODEN™ bei Events wie dem „König Pilsener Derby Walk“, bei dem die schönsten Stationen des HSV präsentiert wurden oder im Bühnenbereich wie bei der Verleihung der FAMAB Awards, bei denen wir Sponsor sind. Dazu kommen TV-Projekte wie „Deutschland sucht den Superstar“ (DSDS) oder „Die Küchenschlacht“. Im Fernsehen sind wir aktuell stark präsent, so haben wir zum Beispiel auch die ProSieben Völkerball Meisterschaft 2016 mit einer Spielfläche ausgestattet. Auch Museen und Ausstellungen verwenden vermehrt unser Material.

Das klingt, als gäbe es noch viel Potenzial für FOTOBODEN™?

Selbstverständlich. Das Material ist so vielfältig einsetzbar, dass wir ständig neue Potenziale finden, etwa Produkte aus FOTOBODEN™ wie Schlappermatten für Haustiere, Dart- und Küchenmatten, Tresenaufgaben oder Drohnen-Landeplätze. Das bedeutet für Events, dass wir ein Rundum-Branding liefern können, beispielsweise bestehend aus Besucherführung und Theken- sowie Tischverkleidung. Mit unserer eigenen Kollektion an fotorealistischen Bodenmotiven bieten wir Kunden eine Auswahl aus 20 Millionen Bildern.

Wie schaffen Sie es, diese Bandbreite abzudecken?

Zum einen haben wir mit Mischa-Ron Fährenschild-Bätzel den besten Floor-Artist – sprich Bodendesigner – den man sich vorstellen kann. Er ist sogar Referent an der Peter Behrens School of Arts (<http://pbsa.hs-duesseldorf.de/>). Das ist viel wert und hilft den Kunden immens bei der Projektdurchführung. Zudem haben wir über die



Jahre viel Beratungs-Know-how erlangt. Es war „learning-by-doing“, aber unsere Fachberater wissen genau, wie man ein Projekt plant und gestaltet. Dazu gehört auch eine umfassende Beratung der richtigen Verlegung.

Warum sprechen Sie vom Bodenbelag als einer ungenutzten Werbefläche?

Es stimmt doch: Der Fußboden ist eine für Werbung und Dekoration wenig genutzte Fläche – es gab bisher einfach einen Mangel an entsprechenden Medien – außer kleine Bodenaufkleber als Hinweisschild. FOTOBODEN™ ist die Lösung: Er kann großflächig eingesetzt werden und ist bereits ab einem Quadratmeter individuell gestaltbar. Und das ist für den Handel ebenso spannend wie für Events oder Messen.

Seit 2016 firmieren Sie als visuals united ag, wie kam es dazu?

Bei FOTOBODEN™ passiert einfach zu viel, das Ganze entwickelt sich zu dynamisch, um es nicht separat weiterzuentwickeln. Die Form der AG eröffnet viele Optionen der Kooperation, Beteiligung oder auch Integration in einen Global Player. Hier sind wir offen für spannende Angebote, die uns helfen, den Markt schneller zu erschließen.

KONTAKT

visuals united ag
 An der Gumpesbrücke 26
 41564 Kaarst bei Düsseldorf
 Tel: +49 (0)2131 / 53213 – 44
 Fax: +49 (0)2131 / 53 213 – 49
 info@fotoboden.de
 www.fotoboden.de