

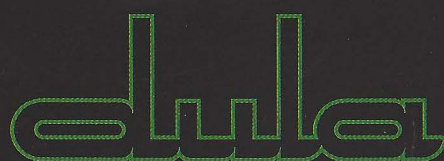
marketing berater



BTE-Magazin für den Modehandel



GANZHEITLICH.
ERFOLGREICH.



Ladengestaltung · Innenausbau
Planung · Produktion · Montage

Karlsbader Straße 1a · 44225 Dortmund
Tel. +49(0)231 7100-0 · www.dula.de



Individuell & immer wieder anders

Fotoboden bietet sich als Partner für die flexible sowie emotionale Storegestaltung an

Shopping-Erlebnis setzt Atmosphäre voraus. Doch welcher Einzelhändler mag kilometerweise Sand ankarren, um die neueste Bademode authentisch in Szene zu setzen? Sand, der möglicherweise alles verdeckt. Und vielleicht nur für drei Wochen benötigt wird, weil die Aktionsfläche dann bereits der nächsten weicht, beziehungsweise Schaufenster hierzulande durchschnittlich in diesem Rhythmus neu dekoriert werden. Das ist nur ein Beispiel, das die Visual United AG mit Sitz in Kaarst auf den Plan rufen könnte, die hinter dem Produkt Fotoboden steht.

Die Vinylböden lassen sich individuell bedrucken, ob mit einem authentischen Strandmotiv, einer Skipiste, der Route 66 oder Maiglöckchen. Wenn nicht bereits Vorlagen vorliegen, übernimmt Visual United neben dem Druck auch die Designentwicklung. Man kann Fotoboden für den In- oder Outdoor-Einsatz, für das Schaufenster oder für Verkaufsflächen nutzen. Das vielfach DIN- sowie ISO-zertifizierte und europaweit patentrechtlich geschützte Material ist rutschfest, auch in nassem Zustand, schwer entflammbar, lichtecht und manches mehr. Auch für Pop-up-Shops ist es wie gemacht, da Fotoboden schnell verlegt ist. Er wird ausgerollt, passgenau zugeschnitten und mit speziellem doppelseitigem Klebeband verlässlich befestigt. Ebenso lässt er sich, wie von Kunden bestätigt wird, zügig und vor allem rück-

standsfrei wieder entfernen. Der Wiederverwendung, ob in einer anderen Filiale oder weil Weihnachten jedes Jahr wieder kommt, steht nichts im Weg. Wenn der Vinylbelag dennoch nicht mehr gebraucht wird, kann er zu 100 Prozent recycelt werden – aus altem Fotoboden wird wieder neuer.

Zu den Fotoboden-Kunden – rund 1.500 sind es aktuell und mehr als 4.500 realisierte Projekte – zählt die Marke Salomon. Während der diesjährigen Bootfitting-Wochen



„bespielte“ Salomon unter anderem die Aktionsfläche im Eingangsbereich von Intersport Krumholz und kooperierte dabei mit der Visual United AG. „Fotoboden war die ideale Lösung“, resümiert Andreas Tiemeyer, Shopper Marketing Field Account bei Amer Sports Deutschland, einem Sportartikelunternehmen mit namhaften Marken wie Salomon. Nicht nur das optische Ergebnis überzeugte, vielmehr bewährten sich die Materialeigenschaften von Fotoboden – darunter die Feuchtigkeitsbeständigkeit – bei den besonderen räumlichen Gegebenheiten. Montage, Reinigung und spätere Demontage waren schnell erledigt, bereits verarbeitete Folien am Boden wurden nicht beschädigt.

Bei Engelhorn in Mannheim war Salomon Hauptunterstützer eines Trailrunning-Events. Und setzte auch hier auf Fotoboden, um themengerecht Emotionen zu transportieren. Ganz nach der Maxime „time to play – geh' raus, sei dabei und habe Spaß beim Trailrunning. Bei Engelhorn bekommst du das richtige Outfit dafür“. Denn genau darum geht es letztlich: mit Fotoboden mehr Kunden in die Stores zu locken, Begehrlichkeit zu wecken und die Umsatzchancen zu erhöhen. SH

