

One-Way-Vision Newsletter Januar 2012



Sportlich haben wir zumindest in Europa mindestens zwei große Highlights mit den Fußball-Europameisterschaften in Polen und der Ukraine sowie den olympischen Spielen in London. Hier wird sicher der ein oder andere Werbetechniker und Drucker seinen Anteil beitragen. Dabei dürfen es auch gerne ein paar perforierte Produkte sein.

Fachlich gibt es einige Messen weltweit, wobei das größte Augenmerk wohl auf der FESPA digital in Barcelona im Februar und vor allem die DRUPA in Düsseldorf im Mai liegt. Hier haben sich schon einige Neuheiten angekündigt. Auch Continental Grafix will dieses Jahr mal wieder Ergebnisse aus der Forschungsabteilung präsentieren. Dazu kommen wir aber erst in den nächsten Monaten.

Heute zeigen wir Ihnen wieder ein paar Kampagnen, die Sie gerne als Denkanstoß für eigene Kampagnen nutzen dürfen. Dann müssen wir heute von einer Sortimentsbereinigung berichten. Hierzu wünschen wir Ihnen informative Unterhaltung.

Continental Grafix „brennt“

Kampagnen wollen Aufmerksamkeit und Emotionen provozieren. Daher nutzen viele Werber Himmelmotive, wenn Sie Freiheit vermitteln wollen, Herzen und Plüsch wenn Sie Liebe und Zuneigung transportieren wollen oder Blumen und Familienbilder für Geborgenheit und Heimat. Ein gerne genutztes Motiv ist aber auch Feuer und Flamme. Nicht nur das Rot ein absoluter Eyecatcher ist, es vermittelt auch Aggressivität, Kraft und Stärke.

Heute zeigen wir Ihnen zwei Bilder von Kampagnen, wo gezielt – natürlich auch passend für den Auftraggeber – mit Feuermotiven gearbeitet wird.



Einige dieser Chrysler fahren im Stadtgebiet und sind damit Werbeträger für den Energy Drink „Burn“. Das natürlich sowohl zum Namen wie auch zur Wirkung des Getränkes ein Feuermotiv passt, liegt auf der Hand. Hier wurde Fensterfolie geschickt mit eingesetzt passend zur Ganzverklebung des Fahrzeuges. Ein weiteres Flammenmotiv kann man in Köln sehen. Eine Straßenbahn der Kölner Verkehrsbetriebe wirbt für das Einrichtungs- und Möbelhaus „Flamme“. Wie passend daher das Motiv. Möchten Sie uns auch ein brennendes Motiv senden für den Newsletter? Tun Sie dies unter info@continentalgrafix.com



Fensterfolie am Flughafen Köln-Bonn

Flughäfen dienen mittlerweile nicht nur noch dem Flugbetrieb, sondern sind schon fast kleine Shopping-Malls geworden. Die nahezu kaum eingreifenden Bestimmungen zu den Ladenöffnungszeiten ermöglichen es manchem Händler, nahezu jeden Tag des Jahres und bis spät abends das Geschäft zu öffnen, was vom Kunden gerne angenommen wird. Am Kölner Flughafen ist es die Apotheke, die für Ihre Fensterdekoration perforierte Folie nutzt.



Manchmal lieber etwas mehr Folie...

Es ist ein häufiger Streitpunkt zwischen Verkehrsunternehmen und Werber. Der Werber hätte gerne auch auf dem Fenster eine Folie mit viel Farbauftrag, wie Continental Grafix sie mit dem 1530 (70% bedruckbare Fläche) anbietet, während dem Verkehrsunternehmen die Transparenz wichtig ist, wie

bei einer 1550 (50% offen – 50% bedruckbar). Hin und wieder lässt das Motiv aber eine perforierte Folie mit nur 50% Farbauftrag kaum zu. Kampagnen wie im nachfolgenden Beispiel aus Posen will niemand wirklich haben.



Die Folie auf den Scheiben ist nahezu nicht zu sehen, das gesamte Motiv wirkt blass und traurig. Gerade, wenn das Motiv viel weiß enthält, feine Strukturen aufweist oder mit knalligen Farben arbeitet, empfehlen wir dringend eine Folie mit mindestens 60% bedruckbarer Fläche oder mehr. Am folgenden Beispiel zeigen wir, dass es auch anders geht. Auf einer Straßenbahn in Köln wurde auch viel weiß im Motiv verwendet – aber hier ohne Probleme. Lassen Sie sich gegebenenfalls von uns beraten.



Continental Grafix nimmt panoRama Stick aus dem Programm

Auch wenn sich das Produkt panoRama Stick in Verbindung mit unserem nicht selbstklebendem Produkt panoRama Film gerade in letzter Zeit sehr gut verkauft hat, wird Continental Grafix panoRama Stick aus dem Sortiment nehmen. Grund hierfür sind Veränderungen von zugelieferten Zutat, die eine weitere Produktion von panoRama Stick unmöglich machen. Noch ist das Produkt in der Breite 225mm auf Lager, aber danach wird es das Produkt nicht mehr geben. Für die Anbringung von innen nicht selbstklebender Produkte empfiehlt Continental Grafix für die Zukunft dann das panoRama Tape.

Das war es auch schon für Januar. Wir danken Ihnen für das aufmerksame Lesen und wünschen Ihnen einen guten und erfolgreichen Start in das Jahr 2012.

Mit diesen Wünschen verbleibt

Ihr
Continental Grafix Team

PS: Wir freuen uns über jede Art von Feedback zu unserem Newsletter – egal ob positiv oder negativ. Gerne können Sie auch an diesem Newsletter mitwirken. Senden Sie uns Ihre Anwendungsbilder und wir könnten im nächsten Monat bereits von Ihrem Projekt berichten – eine eindrucksvolle Werbung für Sie. Diesen Newsletter erhalten Sie, weil wir Sie mit Ihrer Email-Adresse in unserem System vermerkt haben. Sollten Sie diesen Newsletter nicht mehr erhalten wollen, ist dies kein Problem. Eine kurze Email mit dem Betreff „Newsletter Off“ an die Adresse info@continentalgrafix.com und schon werden Sie aus unserem Verteiler gelöscht.

Continental Grafix Ltd.

Bahnhof-Park 3
CH-6340 Baar
Schweiz

Phone: +41 (0)41 763 66 88
Fax: +41 (0)41 763 60 14
Web: www.continentalgrafix.com
Mail: info@continentalgrafix.com