

One-Way-Vision Newsletter März 2012



In Europa wird jetzt langsam alles einfacher – zumindest wenn es um die Außenverklebungen geht. Die milder werdenden Temperaturen sorgen für einen kleinen Aufschwung und viele Motive werden jetzt ausgetauscht bzw. erneuert.

In der heutigen Ausgabe zieht es uns nach Spanien. Nicht nur wegen der warmen Temperaturen, sondern aufgrund der FESPA Digital verweilen wir in diesem Newsletter in der katalanischen Stadt. Im Februar Gastgeber der Messe sind die Ergebnisse der Digitaldrucktechnologie schon bei der Anreise am Flughafen zu erkennen. Heute zeigen wir Ihnen einige Bilder aus Barcelona abseits der Messe.

Kommen wir von der einen quirligen Metropole in die nächste – wir präsentieren Ihnen die Berlin und die BVG – auch mit Ihren schönen Doppeldeckerbussen. Als drittes Thema zeigen wir Ihnen die Adaption von TV-Werbung auf ein Verkehrsmittel. Eine gelungene Through-The-Line Kampagne. Wir wünschen wie immer informative Unterhaltung.

Sagrada und Gaudi – perforierte Produkte in Barcelona

Wer zur FESPA Digital mit dem Flugzeug angereist ist, hat schon im Terminal den ersten Kontakt mit perforierten Medien gehabt. Im gesamten Terminal werden die perforierten Folien genutzt. Besondere Aufmerksamkeit gehört aber den Bussen, die in die Innenstadt fahren – gerade wegen der neu geregelten Zertifizierungen in Spanien.



Im vergangenen Jahr hat Spanien als erstes Land in Südeuropa nach Vorbild anderer Länder eine Zertifizierung für Werbung auf Scheiben von Bussen, Bahnen und PKWs ins Leben gerufen – mit großem Erfolg. Die Qualität der Kampagnen hat sich deutlich gesteigert, wird doch nicht mehr nur das billigste Produkt für die Umsetzung der Kampagne gewählt, sondern ein zertifiziertes und zumeist hochwertiges perforiertes Medium gewählt. So ist beispielsweise das freigestellte Motiv auf dem so genannten Aerobus, der zwischen Terminal und Placa Catalunya pendelt, mit einem Kantenschutz versehen. Das war nicht immer so, wurde nicht unbedingt darauf geachtet, ob die Folie einen schwarzen oder klaren Kleber hatte, große Probleme mit dem Schrumpf hat oder ob überhaupt ein Laminat verwendet wird. Vieles ist nun in der neuen Verordnung geregelt. Continental Grafix ist

übrigens eine von wenigen Firmen, die eine solche Zertifizierung in Spanien haben. Sprechen Sie und bei Fragen an. Ebenfalls mit Fensterfolie versehen sind die Touristen- und Sightseeing Busse.



Gerade bei diesen Bussen ist eine gute Verarbeitung und perfekte Transparenz immens wichtig, will doch der Fahrgast alle Sehenswürdigkeiten begutachten. Auch hier ist ein qualitativer Sprung deutlich.



Bleibt nun zu hoffen, dass andere Länder nachziehen und somit eine Qualitätsoffensive starten. Eine paneuropäische Lösung wird ja gerade in Brüssel diskutiert. Auch in Zeiten wirtschaftlicher Depression lohnt es sich, auf Qualität zu achten. Dem spanischen Markt hat es jedenfalls nicht geschadet.

1400 Busse in Berlin – das ist die BVG

Berlin – Deutschlands Hauptstadt, Metropole, Schmelztiegel. Kaum eine deutsche Stadt ist so bunt, so schnelllebig und quirlig, so facettenreich. Es ist auch die größte Stadt Deutschlands und das bedeutet eine infrastrukturelle Herausforderung. Einer davon begegnet Berlin extrem professionell.



Mit 1400 Bussen, 300 Straßenbahnen und unzähligen U-Bahnen bewegt die Berliner Verkehrsgesellschaft jeden Tag Millionen von Menschen. Das funktioniert reibungslos und leise. Auch Werbung auf den Bussen ist hier ein Thema. Diese zusätzliche Einnahmequelle der BVG unterstützt das Gesamtsystem und subventioniert indirekt den Fahrpreis, der sich im Vergleich zu anderen Großstädten sehen lassen kann.

Besonders auffällig sind die vielen Doppeldeckerbusse, die zum Stadtbild Berlins einfach dazugehören und beliebtes Werbemotiv sind, aber auch das klassische 18/1 Plakat freut sich großer Beliebtheit.



Die Abwicklung der Werbung von der Produktion über die Verklebung und Demontage liegt dabei in den Händen weniger Verarbeiter, was das ganze Thema für die BVG und den Werber zu einer sicheren Sache macht. Werbetechnik Bunke ist hier einer der Verarbeiter. Mit seinem Sitz in Falkensee vor den Toren Berlins ist er seit vielen Jahren Verarbeiter für die BVG. Das zahlt sich aus, ist die Qualität und Performance immer gleichmäßig und auf hohem Niveau. Und es vereinfacht auch immer wieder Schnellschüsse, wie sie gerne von Agenturen gewünscht werden.

Through-The-Line Konzept von Vodafone

Wer kennt ihn nicht: Der Ohrwurm "Time to Wander" von Gypsy and the Cat. Aber warum kennen wir fast alle dieses Lied? Es ist der Track zur aktuellen Vodafone-Kampagne, die derzeit europaweit über die Bildschirme flattert. Es ist übrigens nicht der erste Song, der durch die Werbung von Vodafone Berühmtheit erlangt. Die aktuelle Kampagne ist aber auch deshalb vielen in Erinnerung, weil die vier Protagonisten des TV-Spots, schön der Größe nach aufgestellt, auch optisch ein Eyecatcher sind. Werbespots zur besten Sendezeit gepaart mit einem Ohrwurm lassen jeden schon beim ersten Blick und Ton an den Mobilfunkanbieter Vodafone denken.



Nun macht es Sinn, diesen Bekanntheitsgrad über weitere Medien zu nutzen und die Botschaft zu transportieren. Nach dem TV-Spot kommen Radio, Außenwerbung, Printkampagnen bis zur Werbung am Point-of-Sale. Dies nennt man dann eine perfekte „Through-the-Line“ Kampagne, in der auch Verkehrsmittelwerbung eingesetzt wurde. Die volle Aufmerksamkeit hat man hier mit einer Buchung in Düsseldorf erreicht. Wir suchen Nachahmer..

Das war der Newsletter März 2012. Wir hoffen, Sie haben sich einige Anregungen geholt. Wollen Sie auch einmal Teil des Newsletters sein? Senden Sie uns Ihre Kampagne und wir sorgen dafür, dass Fachleute um den ganzen Globus herum davon erfahren. Mehr Werbung geht nicht. Also: Senden Sie uns noch heute Ihre Bilder und ein paar Infos. Wir freuen uns drauf. Bis dahin oder bis zum nächsten Newsletter verbleiben wir

mit den besten Grüßen

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