

One-Way-Vision Newsletter April 2012



Endlich wieder problemlos verkleben – sagen sich nun viele Drucker, Werbetechniker und Verarbeiter von Selbstklebefolien, sind die Temperaturen in Europa doch flächendeckend im positiven Bereich. In den Anfragen ist dies ebenfalls deutlich zu spüren, werden nun viele Kampagnen, die den Winter überdauert haben, erneuert. Ansonsten ist die gesamte Branche bereits im DRUPA-Fieber. Die weltgrößte Messe für die Druckindustrie öffnet in wenigen Tagen Ihre Pforten und dann sind 16 Tage Düsseldorf und 100km Umkreis im Ausnahmezustand, denn in 16 Hallen ist alles zu sehen, was es in der Branche gibt. Auch wir als Folienlieferant sind gespannt, welche neuen Drucktechnologien hier präsentiert werden, müssen wir uns als Medienhersteller doch immer ein wenig anpassen. Bisher ist uns dies immer gut gelungen, zuletzt mit dem UV-Liner, damit auch mit UV-härtenden Tinten und Latextinten one-way-vision Konzepte umgesetzt werden können – Konzepte und Kampagnen wie jene, die wir Ihnen heute zeigen. Im Rahmen unserer „aus aller Welt“ Rubrik sind wir heute im „Land der unbegrenzten Möglichkeiten“ der USA. In die USA fliegen wir aber ab Flughafen Schwechat in Wien. Wir wünschen wieder informative Unterhaltung

Musicalwerbung am Flughafen Wien

Die voll verklebten Busse sind im Straßenbild doch immer weniger zu sehen, so dass gut beklebte und gestaltete Busse immer mehr auffallen. Dieser Bus – fotografiert vor der Ankunft am Flughafen Wien – Schwechat ist jedenfalls ein Eyecatcher.



„Ich war noch niemals in New York“ ist nicht nur ein großer Hit des deutschen Schlagersängers Udo Jürgens, sondern auch mittlerweile ein Musical mit dem größten Hits eben dieses Interpreten. Im deutschsprachigen Raum hat sich das Musical zu einem Publikumsmagneten entwickelt, der eigentlich nicht viel Werbung bedarf. Hier hat man aber bewusst Werbung gemacht – nämlich in einer Cross-Promotion Kampagne mit dem südkoreanischen Giganten LG Electronics, der auf seine 3D-Technologie für Fernseher aufmerksam macht.

Nicht nur die Seite des Reisebusses wurde in die Kampagne mit einbezogen, sondern auch das rückseitige Fenster, wobei der Effekt des Aufklebens auf getönten Scheiben dem Motiv sehr entgegenkommen.



New York hier einseitig transparent

Gerade noch „Ich war noch niemals in New York“ und schon sind wir in Manhattan. Noch immer gilt der US-amerikanische Werbemarkt als das Non-Plus-Ultra. Kaum ein zweites Land nutzt vorhandene und teilweise sogar verbotene Werbeflächen so konsequent für die kapitalistische Vermarktung wie die USA. Und gerade New York ist hier Vorreiter.



Ihren Ursprung hat die perforierte One-Way-Vision Folie in den USA und nirgends wird sie so sehr eingesetzt wie hier. Die meiste Werbung ist – wie hier am Flughafen La Guardia – wird dabei auf Busse geklebt, gefolgt von Schaufenstern und Gebäuden.



Sehr häufig in den USA ist die Vollverklebung. Auf den Flughafengeländen selbst sind die Busse, die Passagiere vom Terminal zu den Außenpositionen bringen, meist komplett im Design einer Airline dargestellt, wie hier ein Bus für American Airlines.

Aber natürlich sind auch sehr schöne Beispiele im Herzen von New York, in Manhattan zu finden. Gerade die vielen Sightseeing-Busse werden oft bunt beklebt und sind wahre Eyecatcher im ansonsten vom Taxi-Gelb dominierten Straßenverkehr. Solche bunten Busse könnten wir uns auch in anderen Ländern vorstellen.



Für das amerikanische Modelabel Tommy Hilfiger wurde hier ein ganzer zweistöckiger Bus beklebt. Eine Aktion, die zum Nachahmen anregt.

Das war der Newsletter für den Monat April 2012. Wir hoffen, Sie haben die kleine Reise genossen und sind auch im kommenden Monat wieder dabei, wenn wir aus aller Herren Länder berichten. Viel mehr Informationen zu uns und vielen Kampagnen finden Sie auch auf der noch recht jungen Seite von Continental Grafix unter www.continentalgrafix.com. Schauen Sie doch einfach mal vorbei. Wir wünschen Ihnen eine gute Zeit und verbleiben

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

*Haltbarkeitsgarantie: Es gelten unsere Garantiebestimmung, welche Sie in der Produkteinformation auf unserer Website finden. Die Garantie ist ausschliesslich in Verbindung mit panoRamaCast gültig und unterliegt bestimmten Einschränkungen und Vorgaben.