

One-Way-Vision Newsletter Juni 2013



Liebe Leser unseres monatlichen Newsletters. Wir freuen uns, Ihnen auch im Monat Juni, dem Monat der FESPA in London, wieder einen Newsletter mit vielen Anwendungsbildern präsentieren zu dürfen. In der Redaktion haben wir überlegt, aus welchem Land wir dieses Mal Kampagnen mit perforierten Folien zeigen. Eines der Länder, die derzeit in den Nachrichten am meisten im Fokus stehen, ist die Türkei und vorneweg Istanbul. Wir wollen die Lage in der Stadt am Bosphorus hier gar nicht bewerten, sondern die schöne und die werbliche Seite dieser eindrucksvollen Metropole in den Focus setzen.

Natürlich weisen wir auch wieder darauf hin, dass wir auf der FESPA in London vertreten sein werden. Wir präsentieren Ihnen hier auch wieder eine Innovation aus dem Hause Continental Grafix. Lassen Sie sich also überraschen.

Für heute wünschen wir Ihnen aber wieder informative Unterhaltung

Am Bosphorus mag man es einseitig transparent

Istanbul ist die bevölkerungsreichste Stadt der Türkei und deren Zentrum für Kultur, Handel, Finanzen und Medien. Das Stadtgebiet erstreckt sich am Nordufer des Marmarameeres auf beiden Seiten des Bosphorus, der Meerenge zwischen Mittelmeer und Schwarzem Meer. Durch diese Lage sowohl im europäischen Thrakien als auch im asiatischen Anatolien ist Istanbul die einzige Metropole der Welt, die sich auf zwei Kontinenten befindet. Das städtische Siedlungsgebiet beherbergt rund 13,7 Millionen Einwohner und nimmt damit den vierten Platz unter den bevölkerungsreichsten Städten der Welt ein.

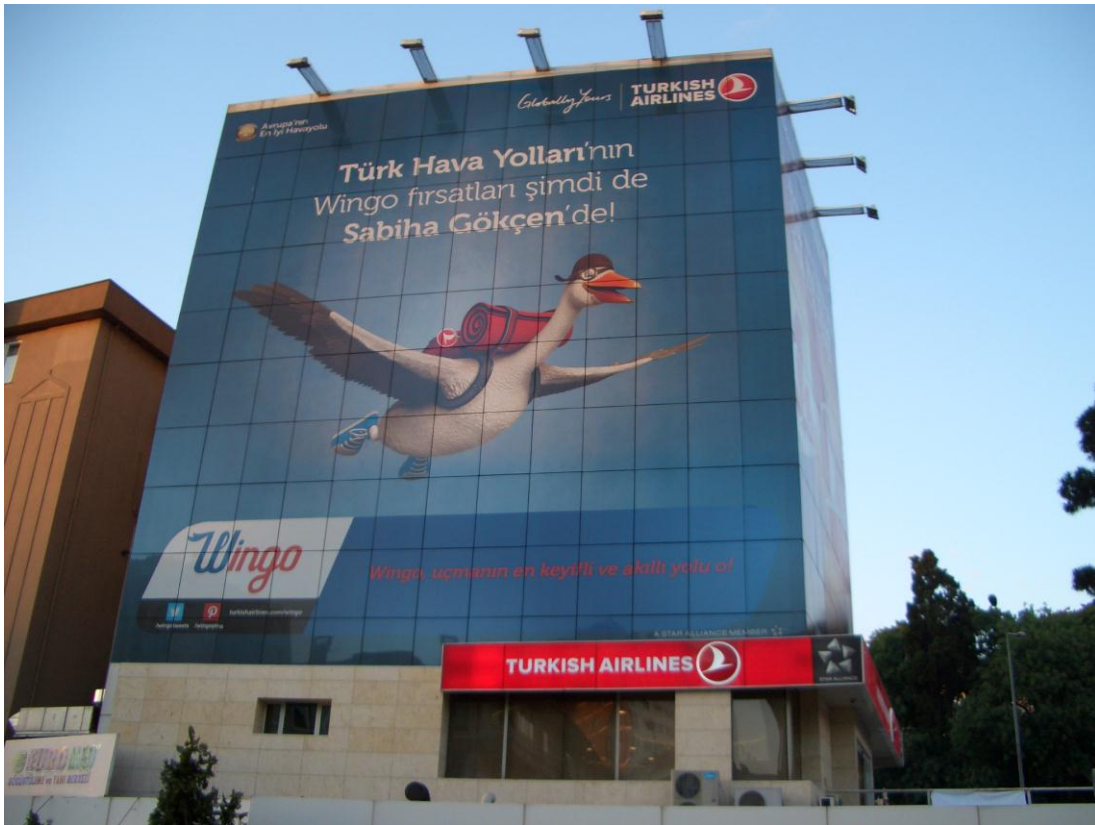


Die blaue Moschee, eine der bekanntesten Wahrzeichen der Stadt, wurde in nur 6 Jahren geplant und erbaut. Von solchen Zeiten träumen heutzutage manche Stadtplaner.

Die unter den Namen Kalchedon und Byzantion erbaute Metropole (später Konstantinopel) kann seit der Gründung ihrer ursprünglichen Stadtteile auf eine 2600-jährige Geschichte zurückblicken, in der sie drei großen Weltreichen als Hauptstadt diente. Die Architektur ist von antiken, mittelalterlichen, neuzeitlichen und zuletzt modernen Baustilen geprägt, sie vereint Elemente der Griechen, Römer, Byzantiner, Osmanen und Türken miteinander zu einem Stadtbild. Aufgrund dieser Einzigartigkeit wurde die historische Altstadt von der UNESCO zum Weltkulturerbe erklärt. Lange Zeit war Istanbul ein bedeutendes Zentrum des orthodoxen Christentums und des sunnitischen Islams. Es ist der Sitz des ökumenischen Patriarchen und hat zahlreiche Moscheen, Cemevi, Kirchen und Synagogen.



Diese so an Geschichte und Tradition reiche Stadt setzt heute in der Moderne aber viel auf innovative Medien. So ist an fast jeder Ecke eine Kampagne zu sehen, bei der auch auf perforierte „One-Way-Vision“ Produkte gesetzt wird. Dabei dient die Folie nicht alleine nur der Werbung, sondern auch dem Sonnenschutz. Schließlich erreicht das Thermometer in den Sommermonaten nicht selten die 40 Grad Celsius und es hat oft auch 12 Sonnenstunden am Tag. An der oben gezeigten Kampagne sind die Fenster einzeln beklebt, so dass sie auch zu öffnen sind.



Turkish Airlines ist eine der renommiertesten Fluglinien weltweit und im eigenen Land natürlich mit vielen Geschäftsstellen vertreten. Natürlich werden sowohl am Flughafen Atatürk wie auch in den Geschäftsstellen – wie hier in Fenerbahce, dass auch bekannt ist für seinen Fußballverein – die vorhandenen Flächen als Werbeflächen ausgenutzt. Dabei hilft dem Unternehmen die perforierte Technologie.



Aber auch kleinere Läden oder Büros nutzen die Doppelfunktion aus Werbung und Sonnenschutz. Hier am Beispiel einer Bank wurde die Werbung sogar von innen angebracht und ist damit geschützt gegen starke UV-Einstrahlung und jeder anderen Einwirkung von außen.



Natürlich gibt es auch in Istanbul sehr viel Verkehrsmittelwerbung. Busse, Bahnen und die zu großen Teilen oberirdisch fahrenden Metro sind die wichtigsten Verkehrsmittel in der Stadt, die das Wort „Rush Hour“ auch erfunden haben könnte.



Bei der Betrachtung fällt vor allem die hohe Qualität der Werbung auf. Dies bezieht sich sowohl auf die Wahl der zu bedruckenden Medien genauso wie auch auf die Verarbeitung am Objekt. Wir haben uns selbst von der Qualität überzeugt – die Folie wurde mit Abstand zur Gummidichtung angebracht und sogar mit einem leichten Kantenschutz versehen. Dies ist nicht verwunderlich, fehlt es vor allem in den historischen und touristischen Stadtteilen an großen Werbeflächen, so dass die Verkehrsmittelwerbung dort einen hohen Stellenwert hat. Als Fazit lässt sich nur sagen, dass Istanbul eine tolle Stadt ist auch für Werbetechniker.

Das war der Newsletter für den Monat Juni. Für Juli und August erhalten Sie wieder nur eine Ausgabe des Sommernewsletters, bevor wir im September wieder monatlich informieren. Freuen Sie sich in der nächsten Ausgabe aber erst einmal auf Bilder aus Englands Hauptstadt, sowohl von der FESPA, wie auch von Anwendungen im täglichen Leben.

Bis dahin verbleiben wir mit den besten Wünschen und sonnigen 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