

One-Way-Vision Newsletter Juni 2014



Liebe Leser unseres Newsletters, zuerst möchten wir uns bei Ihnen bedanken. Wir hatten auf der FESPA digital in München regen Betrieb und konnten viele Gespräche mit Kunden und Interessenten führen. So hat die Messe Spaß gemacht, haben wir doch sehr viel Zuspruch erhalten. Der Zuspruch galt unserem Standardsortiment genauso wie den neuen Produkten panoRama Pure als erste nachhaltige Fensterfolie, panoRama Deco S als erste silberne Fensterfolie und die neue Version des panoRama Tac. Als Anwendung für die Verklebung von innen, mit einer genialen Haltbarkeit, findet spätestens seit der Messe immer mehr Freunde. Hierzu aber später mehr. Starten wir wieder mit Bildern aus aller Welt und beschreiben eine weitere ABG mit einer zweiten Kratzschutzfolie.

Wir wünschen wieder informative Unterhaltung!

Die goldene Stadt Prag – und One Way Vision spielt eine große Rolle

Jeder, der schon einmal dort war, schwärmt von dieser Stadt: Prag. Es ist die Hauptstadt der Tschechischen Republik und touristisch Magnet für Besucher aus der ganzen Welt. An der Moldau gelegen schlendern viele Besucher über die berühmte Karlsbrücke und durch die durch Gotik und Barock geprägte Altstadt. Der Name „Goldene Stadt“ bezieht sich auf die Sandsteintürme, die bei Sonneneinstrahlung in Goldtönen schimmern. Eine weitere Erklärung für diese Bezeichnung ist, dass Kaiser Karl IV. die Türme der Prager Burg vergolden ließ. Außerdem unterstützte Rudolf II. mehrere Alchemisten bei der Suche nach Gold. Besucher sehen in Prag aber vor allem ganz viel perforierte Folie.



Starten wir am Flughafen Vaclav Havel in Prag-Ruzyne. Die dortige Filiale einer Burger-Kette nutzt One-Way-Vision sogar von innen angebracht. Mit Werbung für die Aktionsprodukte werden die Fenster zum Restaurant verkleidet. Wichtig in solchen Restaurants ist aber meist, dass die Kunden auch raus schauen können.



Die Transparenz ist beeindruckend. Den gleichen Vorteil nutzt auch das Verkaufsbüro einer Airline in der Innenstadt. Das aus Dubai kommende Luftfahrtunternehmen Emirates verkleidet die Fenster zu seinen Büro- und Buchungsräumen und sorgt so für Diskretion, ohne den Vorteil der Transparenz zu vernachlässigen.



Schaufenster in Prag werden ohnehin sehr gerne mit der perforierten Folie beklebt. Wir haben Ihnen hier einfach mal ein paar weitere Beispiele gesammelt, die belegen, dass an jeder Ecke dieser schönen Stadt mit einseitig transparenter Folie zu rechnen ist.



Egal, ob wie hier für einen Berufskleidungsverleiher oder, wie unten zu sehen, für ein Feinkostvertrieb: Überall finden sich die perforierten Medien wieder, um auf Produkte oder eine Dienstleistung aufmerksam zu machen.



Natürlich gibt es OWW auch im Straßenverkehr, und dies nicht nur auf Bussen. Auch PKW's und Kleintransporter sind hier betroffen. Es lohnt sich, diese tolle Stadt zu besuchen. Und bei dieser Gelegenheit lassen Sie sich inspirieren von den vielen Werbemöglichkeiten mit perforierten Produkten.



Aktion für Zivilcourage mit perforierten Medien

Mit u.A. perforierten Medien wurde seitens der Deutschen Bahn eine Aktion gestartet, die für mehr Mut und Zivilcourage in der Öffentlichkeit wirbt.



Sei kein „Angsthase“ sondern ein „Mu-Tiger“, so der Slogan der Aktion. Immer wieder passieren Übergriffe in öffentlichen Verkehrsmitteln oder auf Bahnhöfen. Hier wirbt man auf humorvolle Art dafür, hinzuschauen und einzugreifen anstatt wegzusehen. Continental Grafic unterstützt deutlich die Aktion für mehr Zivilcourage.



Der Eyecatcher auf der Fespa digital in München

Es waren die zwei Produkte auf der FESPA digital in München, die für sehr viel Aufsehen gesorgt haben. Zum einen war es das panoRama Deco S, welches in Form einer englischen Telefonzelle viele neugierige Blicke auf sich war.



Großes Staunen gab es aber auch bei der neuen Version des panoRama Tac. Ein komplett neues Basismaterial und ein modifizierter Kleber, der so konzipiert ist, dass man mit Solventtinten direkt auf den Kleber drucken kann, haben die Besucher besonders fasziniert. Die Klebkraft ist nun so gut, dass auch ohne Probleme Kampagnen umgesetzt werden können, die 1-2 Jahre dauern. Wichtig ist die saubere Verarbeitung des Materials, druckt man doch immer auf eine offene Klebfläche. Aber die Anfragen nach Verklebungen von

innen sind in den letzten Jahren so stark angestiegen, dass dieser Aufwand – wenn es denn einer ist – gerne in Kauf genommen wird.

Das neue panoRama Tac, aber auch das Deco S, ist ab sofort verfügbar. Informationen hierzu gibt es auf der Webseite, unter info@continentalgrafix.com sowie bei Ihrem Ansprechpartner.

Neue ABG-Erweiterung mit Kratzschutzfolie aus dem Hause THB

Continental Grafix kann nun verkünden, als einzige perforierte Folie weltweit, eine ABG mit mehreren Kratzschutzfolien anbieten zu können. Neu hinzugekommen ist die Kratzschutzfolie Ultra Performance aus dem Hause THB in Berlin. Diese Hochleistungskratzschutzfolie wird vielfach in Deutschland eingesetzt und darf nun auch in Verbindung mit den panoRama Fensterfolien und dem Laminat panoRama Cast verwendet werden.

Damit gibt es erstmals die Wahl des Verarbeiters, welche Kratzschutzfolie eingesetzt werden darf. Eine größere Flexibilität, wenn Wettbewerber überhaupt eine solche Erweiterung anbieten, ist im weltweiten Markt nicht zu finden. Richtig interessant wird es dann, wenn die bestehenden Regelungen als EU-Recht umgesetzt werden. Spätestens dann sollte man – will man auf Nummer Sicher gehen – Continental Grafix wählen.

Das war es schon wieder für diesen Monat. Haben Sie verpasst, uns auf der FESPA zu besuchen? Kein Problem. Sprechen Sie uns an und wir senden Ihnen Handmuster vor allem von den Innovationen, die in München gezeigt wurden. Ansonsten wünschen wir Ihnen eine sonnige Zeit und vielleicht viel Vergnügen beim Schauen der Spiele in Brasilien. Somit verbleiben wir

mit den besten Wünschen

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