

## One-Way-Vision Newsletter Juni 2015



So kurz vor dem Sommer melden wir uns wieder mit einer Ausgabe des One-Way-Vision Newsletter. Wer allerdings glaubt, dass der Sommer ruhig wird, schaut nicht in die Auftragsbücher der vielen Druckereien. Die Zeiten, in denen zu Ferienzeiten es ganz ruhig war, sind sicher vorbei. Mittlerweile ist die Ferienzeit in vielen Ländern entzerrt das Geschäft läuft durchgehend gleichmäßig. Das freut natürlich den Medienhersteller und damit auch Continental Grafix. Es hat sich in den letzten Jahren auch herauskristallisiert, dass manche Verkehrsunternehmen gezielt im Sommer kurze Werbezeiten anbieten, die von den Markenartiklern zielgruppengetreu genutzt werden. Jetzt ist die Zeit für Werbung für Eis, Getränke und alles, was mit Urlaub zu tun hat.

Wir widmen uns heute in einem Artikel zum Thema Verkehrsmittelwerbung und sind zu Gast im bayrischen Landshut. Danach zeigen wir, dass One-Way-Vision auch auf Schaufenstern ein gutes Bild abgibt.

Wie immer wünschen wir Ihnen informative Unterhaltung.

### **Tolle Verkehrsmittelwerbung im bayrischen Landshut**

Eine mittelgroße Stadt in Niederbayern, eine urige Altstadt, eine gemütliche Innenstadt und immer wieder kleine Biergärten. Wer hier zu Gast ist, kommt zur Ruhe und genießt das Leben. Natürlich gibt es auch hier eine gute Infrastruktur und ein gut ausgebautes Netz mit Verkehrsbussen. Dabei ist es auch selbstverständlich, wenn in einer Ferienregion die Busse auch Werbung präsentieren.



Besonders bei unserem ersten Motiv zeigt sich, wie professionell und kreativ Werbung auf dem Bus umgesetzt werden kann. In einer Eigenwerbung der Stadtwerke Landshut, die auch Betreiber des Busnetzes vor Ort sind, findet sich hier eine Ganzverklebung, bei der sehr gut gearbeitet wurde, denn es befinden sich viele freigestellte Motive auf dem Bus. Das Zeichen der Landshuter, sowohl im Stadtwappen wie auch im Logo der Stadtwerke, ist der Eisenhelm. Diese Silhouette wurde aus dem großen Motiv ausgeplottet und versetzt wieder angebracht.



Dies ist ein hervorragendes Beispiel für alle, die freigestellte Motive scheuen. Hier ist es perfekt umgesetzt und sauber verarbeitet worden. Der Lohn ist ein herausragend gut aussehender Linienbus.



Sowohl auf Fenster wie auf Türen werden hier Teilstücke des Motivs verklebt. Der Kantenschutz, den Continental Grafix immer empfiehlt, war hier aufgrund der sauberen und gewissenhaften Verklebung nicht nötig. Das Ergebnis ist beeindruckend.

Bei dieser Gelegenheit wollen wir auch noch einmal darauf hinweisen, dass die zertifizierten Folien aus dem Hause Continental Grafix sehr wohl auf Notausstiegsfenstern verklebt werden darf. Auch wenn eine neue Verordnung besagt, dass dies explizit in der ABG stehen muss, so gilt dies für neue beantragte ABG's. Fragen Sie gerne nach und wir liefern Ihnen ein entsprechendes Dokument vom Kraftfahrtbundesamt.

Kommen wir aber noch einmal zurück nach Landshut. Die niederbayrische Stadt hat eine sehr lange und erfolgreiche Tradition im Eishockey. Der heimische EV Landshut spielt in der zweithöchsten deutschen Liga und Werbemotive mit Spielern kommen bei den Bürgern der Stadt immer gut an. Das wird auch auf den Bussen gerne umgesetzt, hier in Kombination mit einer Fluglinienwerbung.



Nahezu jeder Bus der bayrischen Stadt zielt ein Werbemotiv und aufgrund der hochwertigen Verarbeitung überrascht es nicht, dass diese Werbeträger so stark genutzt werden. Eine gute One-Way-Vision Folie trägt Ihren Teil dazu bei. Vielleicht haben Sie selbst mal Gelegenheit, sich hiervon zu überzeugen. Wenn nicht, können wir Ihnen noch viele Beispielbilder präsentieren. Sprechen Sie uns gerne an.

Natürlich gilt dies auch für die Information zur Verklebung auf Notausstiegsfenstern.

### **Schaufenster gestaltet mit One-Way-Vision – ein einseitig transparenter Hinucker**

Wenn man allgemein von perforierter Folie spricht, denken die meisten erst einmal an die klassische Verkehrsmittelwerbung. Sicher wird hier wohl der Bärenanteil verarbeitet. Danach fallen einem oft die Prestigeträchtigen Projekte ein, in denen ganze Glasfassaden beklebt werden. An die vielen Kampagnen auf Schaufenstern denken dann erst einmal viele nicht. Wir wollen heute das Augenmerk auf diese Applikation richten.

Natürlich wird ein Schaufenster in erster Linie dazu genutzt, dass man Produkte auslegt, die bei Kunden Interesse wecken und diese dann in das Geschäft gelockt werden. Manchmal möchte man aber gar nicht, dass der Kunde zu sehr in den Laden herein schaut. Dann kann eine Applikation mit Fensterfolie ein sehr cleverer Sichtschutz sein, in Kombination mit einer Werbung. Hier ein tschechisches Beispiel:



Gerade Banken und Versicherungen nutzen diese Möglichkeit, um im Geschäft eine gewisse Privatsphäre genießen zu können. Wichtig ist den Auftraggebern dabei aber, eine wunderbare Sicht nach draußen sowie die Tatsache, dass möglichst viel Tageslicht einfällt. Auch beim nächsten Beispiel geht es um Privatsphäre und Sichtschutz – ein Beispiel vom Berliner Flughafen Tegel.



Auf der einen Seite freut man sich über eine Anonymität und viel Tageslicht, die andere Seite hat den Vorteil, dass für ein Touristenticket in Berlin geworben werden kann. Dann wiederum wird perforierte Fensterfolie verklebt, um einen Sonnenschutz zu gewährleisten. Die direkt hinter der Scheibe präsentierten Waren sind somit nicht der starken Sonneneinstrahlung ausgesetzt, wie hier bei einem Golfgeschäft.



Wie Sie sehen, gibt es viele Gründe für den Einsatz einer panoRama Fensterfolie auf einem Schaufenster. Wir hoffen, Sie hiermit ein wenig inspiriert zu haben. Gerne zeigen wir Ihnen noch viele weitere Anwendungsbilder.

Das war die Juni-Ausgabe unseres One-Way-Vision Newsletters. Wir freuen uns, dass Sie auch dieses Mal wieder zu unseren treuen Lesern gehören. Wenn Sie schon länger zu unseren Abonnenten gehören, dann wissen Sie sicherlich, dass wir im Sommer zu den Monaten Juli und August nur eine Ausgabe versenden. Aber darauf dürfen Sie sich gerne schon freuen, präsentieren wir Ihnen dann auch wieder Bilder aus aller Welt.

Bis dahin Ihnen alles Gute

Ihr Team Continental Grafix

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](mailto: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](http://www.continentalgrafix.com)  
Mail: [info@continentalgrafix.com](mailto:info@continentalgrafix.com)