

One-Way-Vision Newsletter Februar 2016



Es ist Februar und in weiten Teilen Europas ist das Wetter noch zu kalt für die vielen neuen Applikationen. Denn auch bei einer perforierten Folie braucht der Solvent-Acrylatkleber eine Temperatur von über 10 Grad Celsius, und dies über 24 Stunden, um seine volle Klebkraft zu entwickeln. Wer darauf nicht achtet, der läuft Gefahr, dass sich Feuchtigkeit unter die Folie setzt, die durch die Kapillarwirkung immer weiter in das Motiv zieht. Aber ganz unmöglich sind Verklebungen nicht. Erstens haben wir bisher in Mitteleuropa noch keinen richtigen Winter gehabt und zweitens kann man die Flächen ja vorwärmen. Ein paar Beispiele haben wir auch wieder in diesem Newsletter für Sie bereit. Zum einen befinden wir uns in Paris, der französischen Hauptstadt, danach an einer Tankstelle und zum Schluss blicken wir voraus nach Amsterdam zur FESPA.

Paris – Die Stadt der Liebe und der Werbung

Paris ist laut vieler Statistiken die weltweit meistbesuchte Metropole der Welt. Mehr als 40 Millionen Besucher verzeichnen die Hotels und Sehenswürdigkeiten der französischen Hauptstadt. Da ist es klar, dass die Werbeindustrie auch hier stark vertreten ist.



Dort, wo viele Menschen zu Besuch kommen, wird gerne jede mögliche Fläche genutzt, um für ein Produkt oder eine Dienstleistung zu werben. Angefangen mit Hotels und Restaurants sind natürlich Geschäfte aller Art

und natürlich die Verkehrsmittelbeliebte Werber. Bei so vielen Glasfassaden ist der Einsatz perforierter Produkte schon ein Muss für den hiesigen Werbetechniker. Egal ob, wie hier oben bei einem Hotel, oder unten in einem Café einer bekannten Eiscrememarke, der Einsatz ist kinderleicht und effektiv.



Aber auch das klassische Restaurant freut sich über den Effekt, des Heraus- aber nicht Hereinschauens.



Ein Besuchermagnet für viele Familien liegt etwas außerhalb. Das Disneyland in Marne La Vallée. Wer dort mit dem Zug ankommt, wird mit dem kostenlosen Busshuttle weitertransportiert.



Die Shuttlebusse werden dann natürlich auch für die Eigenwerbung genutzt.



Vor allem die Kinder haben Spaß an den Bussen mit den abgebildeten Disneyfiguren.



Ob Arielle, Cinderella, Mickey Mouse oder Dornröschen: Die Kinder haben schon leuchtende Augen, wenn bei der Ankunft die farnefrohen Busse kommen, die zu den Disneyhotels fahren.



So ist in Paris und natürlich in der Umgebung überall perforierte Werbung zu sehen. Wer die für Frankreich vorgeschriebenen Zertifikate sucht oder spezielle Fragen zum Markt allgemein hat, wendet sich gerne an info@continentalgrafix.com

Continental Grafix wieder auf der FESPA digital

Wir dürfen Sie einladen zum größten europäischen Branchentreffen des Jahres 2016 in Amsterdam. Die FESPA digital findet im modernen Messecenter RAI in Amsterdam statt, wo die Digitalauflage vor 10 Jahren Ihren Anfang nahm. Continental Grafix ist mit einem Stand wieder dabei, wenn die Messe vom 8. März bis 11. März 2016 ihre Tore öffnet. Wenn Sie uns besuchen wollen, finden Sie uns in der Halle 7 auf Stand R30.



Freuen Sie sich auf neue Produkte und Innovationen, die wir Anfang März zum ersten Mal präsentieren. Informationen zur Messe und zu Tickets erhalten Sie auf digital.fespa.com.

Immer wieder gefragt: Werbung auf Automattüren

Wir haben schon öfters auf Kampagnen auf Automattüren hingewiesen in unserem Newsletter. Gerade an Tankstellen wird hier perforierte Folie gerne auf den Glastüren eingesetzt. Die Frage, die aber immer wieder kommt: Warum muss die Folie eigentlich perforiert sein?



Natürlich könnte eine Glastüre mit einer preiswerteren einfachen monomeren Folie beklebt werden. Allerdings befinden sich hinter den Glastüren – von innen aus gesehen – meist Verkehrsflächen. Diese müssen aus versicherungstechnischen Gründen aber transparent bleiben. Gut, dass perforierte Folie genau diesen Effekt hat.



Mit den Folien von Continental Grafix wird man nun also nicht nur der Versicherung und den Vorschriften gerecht, sondern hat obendrein auch noch eine funktionierende und gutaussehende Werbung.

Das war der Newsletter Februar 2016. Wenn Sie mehr Infos zu den im Newsletter abgebildeten Kampagnen wissen wollen, dürfen Sie uns gerne jederzeit kontaktieren. Entweder sprechen Sie Ihren Ansprechpartner an oder senden eine Email an info@continentalgrafix.com

Ansonsten sehen wir uns auf der FESPA in Amsterdam oder Sie hören von uns mit dem nächsten Newsletter im März. Bis dahin verbleiben wir

mit besten Wünschen

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 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