

## One-Way-Vision Newsletter März 2016



Mit der FESPA in Amsterdam ist nun die erste große Messe des Jahres vorbei. Das Echo zur Messe war sehr durchschnittlich. Einige der großen Marken haben Ihre Innovationen leider für die DRUPA aufgehoben, die Ende Mai dann das große Highlight des Messejahres darstellt. Man hat das Konzept zwar um ein paar Tage gekürzt und auch den Rhythmus auf dreijährig umgestellt, aber es bleibt dennoch die Leitmesse der Druckbranche weltweit.

Bleiben wir aber bei der FESPA. Wir konnten ein sehr positives Fazit ziehen. Zum ersten Mal hatten wir einen sehr großen Inselstand, bei dem unsere Glasdisplays mit den einseitig transparenten Produkten gut zur Geltung gekommen sind. Vor allem für das neue anoRama Two Way Vision war es ein Glücksfall. Mehr dazu in diesem Newsletter. Davor zeigen wir aber Anwendungen am Flughafen und aus Warschau.

Wie immer wünschen wir Ihnen informative Unterhaltung.

### **Perforierte Folien am Flughafen**

Die großen Flughäfen der Welt leisten sich oft eine eigene Agentur für die Vermarktung der Werbeflächen. Das ist nicht verwunderlich, gibt es an kaum einen anderen Ort mit einem solchen Traffic an potentiellen Kunden für die großen Marken der Welt. Viele Tausende Besucher sind täglich am Flughafen und verbringen dort zumeist auch etwas mehr Zeit. Darüber hinaus gibt es am Flughafen auch extrem viele Werbeflächen.



Eine Werbefläche ist an sehr vielen Flughäfen sehr beliebt: Die Brücke vom Gate zum Flugzeug. In einigen Flughäfen sind diese Brücken gläsern, was nach dem Einsatz von One Way Vision geradezu schreit. Die Gänge zum Flugzeug bleiben transparent, sind aber riesige Werbeflächen. Hier am Beispiel Zürich nutzt diese Werbefläche eine große Bank und die Transparenz ist einwandfrei.



Darüber hinaus gibt es natürlich auch die vielen Busse, die Passagiere zu den Flugzeugen auf dem Außenfeld bringen. Diese fahrenden Plakatwände werden natürlich auch sehr gerne gebucht, bieten sie mit über 15 Metern Werbefläche die ganz große Aufmerksamkeit. Alle großen Flughäfen dieser Welt nutzen diese Werbefläche und vermarkten sie. Dabei legen aber viele Flughäfen Wert auf den Einsatz einer perforierten Folie mit einem Brandschutzzertifikat. Das kann Continental Grafix für seine panoRama-Range liefern. Wenn Sie fragen hierzu haben, sprechen Sie uns einfach an.



### **Schaufenster komplett verklebt**

Großes Fenster bedeutet auch große Werbefläche. Wir zeigen Beispiele, wo dies optimal genutzt wird.



Wenn wir Städte nennen sollten, wo perforierte Folie eine besonders große Rolle spielt, dann ist sicher Warschau mit auf der Liste. Wir hatten in vergangenen Newslettern immer mal wieder mit Bildern berichtet. Heute konzentrieren wir uns auf die Verklebung ganzer Schaufenster und fangen mit einem Beispiel eines Haarstudios an.



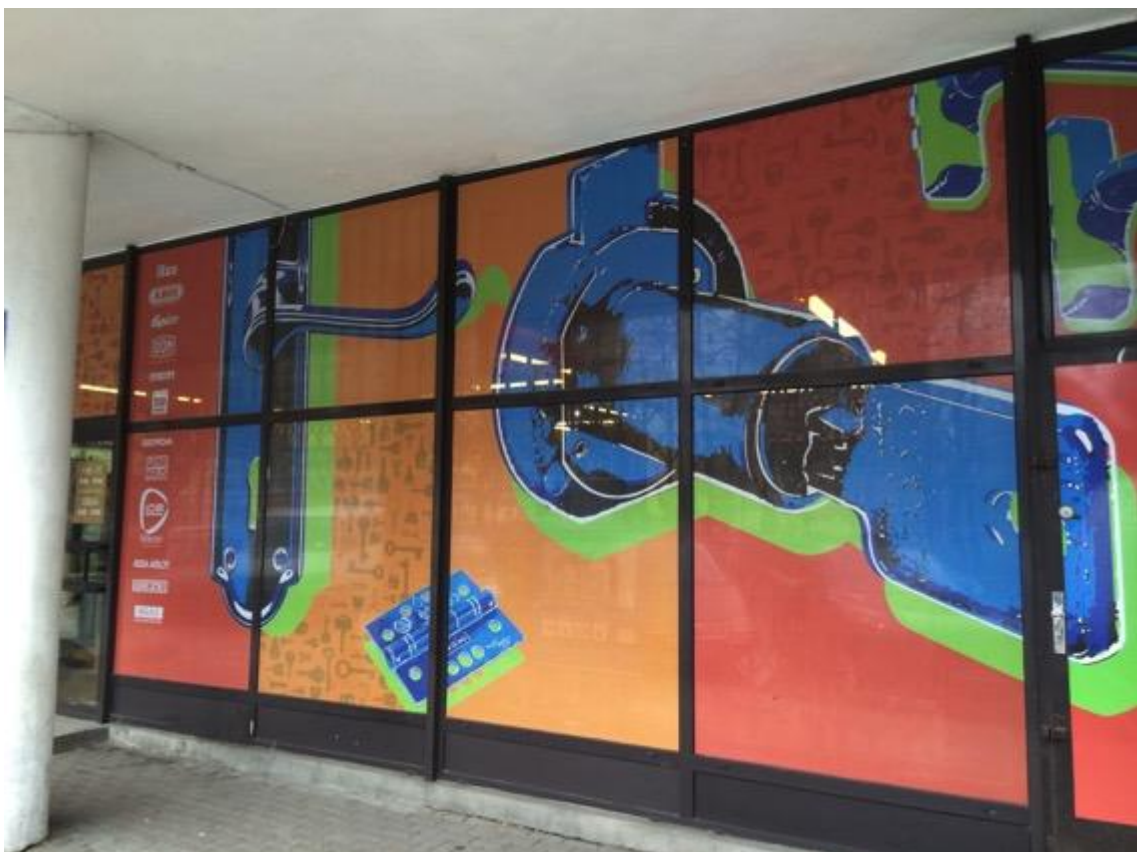
Gerade Friseure nutzen die einseitig transparenten Werbeflächen auf dem Fenster sehr gerne, aber auch andere Branchen sind Kunden. So wie hier kleine Supermärkte nutzen One-Way-Vision.



Fast an jeder Straßenecke in Warschau sind Verklebungen ganzer Glasflächen zu finden. Dabei gibt es keine Branche, die sich besonders hervortut.



Wie hier eine chemische Reinigung oder unten ein Geschäft für Fahrzeugteile wird gerne eine einseitig transparente Folie verwendet. Hier wird die Fensterfolie auch oft ohne Laminat verwendet, was bei diesen Applikationen auch nicht zwingend erforderlich ist. Haben Sie eine ähnliche Kampagne vor? Wir beraten Sie gerne.



## **FESPA für Continental ein voller Erfolg**

Es war der größte Stand in der Geschichte des Unternehmens, den man gemeinsam mit Asphalt Art auf der FESPA gebucht hat. Der Einsatz hat sich gelohnt, kamen Interessenten aus aller Welt an den Stand von CGX.



Auf über 70qm konnte sich das Team mit seinen Produkten präsentieren. Dabei konnten neben den bekannten selbstklebenden und perforierten Produkten vor allem neue Produkte gezeigt werden. Angefangen mit dem neuen panoRama White, dem panoRama Innova clear und dem panoRama Two Way Vision konnten wir den Besuchern jede Menge Innovation präsentieren.



Zu den neuen Produkten werden wir in den kommenden Ausgaben des Newsletters jeweils ein Special präsentieren, auf das Sie sich schon jetzt freuen können. Zur Zeit versuchen wir die vielen Anfragen im Nachgang der FESPA zu bearbeiten. Wenn Sie noch auf Infos warten, bitten wir um etwas Geduld. Wir kommen so bald wie möglich auf Sie zu.

Das war auch schon der Newsletter für März 2016. Wir hoffen, Ihnen ein paar Ideen für Ihre Kampagnen geliefert zu haben. Mehr Ideen präsentieren wir Ihnen in den nächsten Ausgaben und dann auch die Specials zu den neuen Produkten. Freuen Sie sich schon jetzt.

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](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)