



## Newsletter Nr. 2 – Februar 2011

Das Jahr hat gerade erst begonnen, da geht es auch schon richtig los. Die erste Teilnahme an einer Messe stand an – die SGI in Dubai. Asphalt Art war hier Gast beim Exklusivpartner der Region. Der nächste öffentliche Auftritt ist dann die FESPA Americas in Florida und dann folgt schon die Internationale Football Conference in Warschau. Und eh man sich versieht ist auch schon Mai und die FESPA in Hamburg öffnet Ihre Tore.

So geht es Schlag auf Schlag und Asphalt Art International wird nicht müde, die innovativen Produkte einem großen internationalen Publikum vorzustellen. Und die Fans der Fußbodenfolien werden immer mehr. Das wird sich auch sicher wieder in tollen Kampagnen rund um den Globus widerspiegeln, die wir Ihnen auch dieses Jahr wieder in diesem Newsletter präsentieren wollen. Auch heute zeigen wir Ihnen Kampagnen aus Deutschland und den Niederlanden und wir berichten kurz über die SGI in Dubai. Wir wünschen wie immer informative Unterhaltung.

### Asphalt Art jetzt auch im Profifußball

Als erster Verein im bezahlten Profifußball ist nun der FC Ingolstadt auf den Geschmack gekommen. Asphalt Art schmückt nun zum ersten Mal in einem Bundesligastadion den Fußboden. Der Personaldienstleister Tempus wirbt nun in den Treppenaufgängen zu den Tribünen für die eigene Dienstleistung. Vorherige Kampagnen mit Vinyl- und Sandwichlösungen sind zuvor gescheitert, waren sie bei nassem Wetter doch eine enorme Rutschgefahr. Der Zweitligist Ingolstadt ermöglicht sich mit dieser Kampagne durchaus eine weitere Einnahmequelle, sind die Bodenflächen in den Stadien doch überall ungenutzt. Nach einer Kampagne mit SoftWalk in der Allianz Arena in München ist es nun der zweite Coup in der Deutschen Bundesliga. Weitere Kampagnen sind gewünscht und werden nach dieser Aktion auch sicher nicht auf sich warten lassen.



## AUDI wirbt am Flughafen München mit Asphalt Art

Um den neuen A6 von Audi zu präsentieren, haben sich die Deutschen Autobauer ein besonderes Event einfallen lassen. Im MAC-Forum am Münchner Flughafen – zwischen den Terminals 1 und 2 – wurde das Event zelebriert.



Während der dazu nötigen Umbauarbeiten und Sperrungen musste ein neues Wegeleitsystem aufgebaut werden. Geplant für einen Zeitraum von mindestens 5 Monaten war Asphalt Art die ideale Lösung, mittelfristiger Wegkennzeichnung. Neben der einfachen Verlegung und der rückstandsfreien Demontage war auch ausschlaggebend, dass das Medium B1 und M1 zertifiziert ist und auch als „grünes Produkt“ bezeichnet werden kann. Nach dem Gebrauch kann die Asphaltfolie nämlich ohne Probleme dem Recycling zugefügt werden.



### **Asphalt Art begleitet das Filmfestival in Rotterdam**

Alljährlich findet in der Niederländischen Hafenstadt Rotterdam das traditionelle Filmfestival statt. Zeitlich nicht wie üblich in der warmen Jahreszeit findet das Event im Winter statt, was die Möglichkeiten der Außenwerbung stark einschränkt. Vinylfolien eignen sich ohnehin nur schwer für den Außeneinsatz, sind bei diesen Witterungsbedingungen aber unmöglich einsetzbar. Für Asphalt Art stellte das vor keine Probleme. Damit empfiehlt sich Asphalt Art auch für das Filmfestival der nächsten Jahre.



### Asphalt Art auf der SGI in Dubai

Vom 24. – 26. Januar 2011 fand die Sign and Graphic Imaging SGI Middle East im Airport Expo Center von Dubai statt. Zum ersten Mal war auch Asphalt Art an einem Stand zu sehen. Der exklusive Partner der Region, die Multisystem Technologies in den Vereinigten Arabischen Emiraten präsentierte die Produkte von Asphalt Art am eigenen Stand.



Fokus haben dabei der Firmeninhaber Hassan Kittaneh und der Regional Manager Nabil Assaf auf Asphalt Art und SoftWalk gelegt. Asphalt Art ist gerade für die Region ein interessantes Produkt, herrschen im mittleren Osten teilweise Tagestemperaturen von 50 Grad Celsius, die einen Einsatz von Vinylfolien teilweise schwierig machen. Ein weiteres Projekt von Multisystem ist nun, Asphalt Art auch als „grünes Produkt“ von der Regierung zertifizieren zu lassen. Die offiziellen Behörden in den Emiraten legen immer mehr Wert auf Umweltschutz und Ökologie. Dabei werden auch durchaus Druckmedien hinterfragt.



SoftWalk wurde auf dem Stand auch schwimmend präsentiert. Die Emirate, die traditionell viele Events auch auf oder am Wasser durchführen, haben förmlich auf Werbemöglichkeiten gewartet, die Werbung auf dem Wasser zulässt. Im Aquarium konnten sich die Kunden dann davon überzeugen, dass SoftWalk auch schwimmt.

Das war der Newsletter Februar 2011. Wir hoffen, Ihnen wieder einige Anregungen für künftige Kampagnen geliefert zu haben und damit vielleicht einen Denkanstoß geliefert zu haben. Ihnen wünschen wir bis zum nächsten Newsletter alles Gute und bleiben Sie gesund

Ihr

Asphalt Art International 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 E-Mail-Adresse in unserem System vermerkt haben. Sollten Sie den Newsletter nicht mehr erhalten wollen, ist dies kein Problem. Eine kurze E-Mail mit dem Betreff „Newsletter Off“ an die Adresse [info@asphaltart.com](mailto:info@asphaltart.com) und schon werden Sie aus unserem Verteiler gelöscht.

## **ASPHALT ART INTERNATIONAL AG**

[Head Office Switzerland](#)

Riedstrasse 7, CH-6330 Cham / Switzerland

Tel. +41 (0)41 760 82 82 Fax +41 (0)41 763 60 14

E-Mail: [info@asphaltart.com](mailto:info@asphaltart.com)

[www.asphaltart.com](http://www.asphaltart.com)