



Newsletter Nr. 8 – September 2010

Nach einer längeren Sommerpause, die allerdings Ihren Namen nicht verdient hat, melden wir uns mit dem aktuellen Newsletter aus dem Hause Asphalt Art wieder. Dabei haben wir auch wieder eine ganze Reihe interessanter Informationen für Sie zusammengetragen.

Nicht gerade sommerlich waren die letzten Monate im Herzen Europas. Unsägliche Hitze, Waldbrände und schlechte Luft haben den östlichen Ländern zu schaffen gemacht, Jahrhundertregen und Überflutungen machten hingegen Zentraleuropa das Leben schwer. In diesen Regionen war der Sommer sicher nicht einfach. Dort hatte man auch andere Sorgen wie die nächste Werbekampagne. Andere Regionen, denen das Schicksal nicht so mitgespielt hat, mussten wenigstens nur über das Wetter meckern. Wenn es denn zu regnerisch war, gab es dort zumindest keine Ausrede bei der Verwendung von AsphaltArt. Immer wieder werden Sandwichlösungen auch im Außenbereich verklebt, um evtl. Kosten zu sparen. Leider lagen diese Folien oft nur 1-2 Tage im Regen, denn die Oberfläche erweist sich dann oftmals als Rutschbahn. Anders ist das bei AsphaltArt, was Sie als aufmerksamer Leser allerdings schon lange wissen. Daher hier ein paar News aus unserem Hause. Wir wünschen informative Unterhaltung.

Einzelhandelsverband Ludwigshafen nutzt AsphaltArt am POP

Ludwigshafen lädt ein, auf Entdeckungstour zu gehen – und nicht weniger als 250 Fachgeschäfte mit ausgewähltem Sortiment und erstklassigem Service sind in der Innenstadt von Ludwigshafen dabei zu entdecken. Das Konzept des Einzelhandelsverbandes von Ludwigshafen hatte die Idee, ein Leitsystem innerhalb der City umzusetzen. Möglich wurde dies durch unsere AsphaltArt Folie.



Ziel der Kampagne ist es, dem Kunden mehr Orientierung zu geben, auf neue Fachgeschäfte aufmerksam zu machen und natürlich die Kauflaune deutlich zu steigern. Auch wenn die Kampagne noch bis Ende des Jahres andauert, ist sie jetzt schon als Erfolg zu werten.



Tschechisches Musikfestival begleitet durch AsphaltArt

Ceský Krumlov ist eine der ältesten Städte der Tschechischen Republik und seit nun 15 Jahren aufgenommen als Weltkulturerbe in die Liste der UNESCO. Das diesjährige Musikfestival in Ceský Krumlov wurde von AsphaltArt begleitet. Die Versicherung „KOOPERATIVA“, ein Unternehmen der „Vienna Insurance Group“ ist Partner des diesjährigen Musikfestivals. In den CI-Farben des Unternehmens wurden nun Anfang dieses Sommers auf dem Altstadtpflaster Musikmotive verklebt. Trotz aller Wetterkapriolen kleben die Motive immer noch auf dem stark strukturierten Untergrund.



Umgesetzt wurde die Kampagne vom Exklusivpartner für die Tschechische Republik „Matrix Media“. Das Prager Unternehmen, seit Frühjahr dieses Jahres Partner von Asphalt Art, hat bereits mehrere Kampagnen für namenhafte Marken und Veranstaltungen umgesetzt. Mehr Infos zum Verarbeiter „Matrix Media“ unter www.matrixmedia.eu.



AsphaltArt im dänischen Fernsehen

Jetzt ist AsphaltArt sogar im Fernsehen zu sehen. Ein dänischer Fernsehsender fand eine Aktion zum Schulbeginn nach den großen Ferien so interessant, dass ein Beitrag hierzu aufgenommen und gesendet wurde. Zu diesem Beitrag kam es, weil viele Gemeinden gerade zum Schutz der neu eingeschulten Kinder Hinweise für Autofahrer installieren.

Dabei werden allerdings nicht nur Poster an den Straßenrand gehängt, gerade der Asphalt ist hier ideal als Informationsträger. Bereits des Öfteren wurden Materialien als Sandwichlösungen versucht – oftmals aber mit negativem Ausgang. Die Oberflächen wurden bei schlechten Wetterbedingungen rutschig, das Material hat nicht richtig auf dem Untergrund gehaftet. Somit wurden die aufgeklebten Folien oft selbst zum Verkehrshindernis.

Die Aktion, die Autofahrer nun zur besonderen Vorsicht aufruft, wurde nun mit AsphaltArt umgesetzt. Dieser Beitrag im Original ist im Internet zu sehen. Hier der Link:

<http://www.tvsyd.dk/video/30787>

SoftWalk wie ein roter Teppich in Frankreich

Gesetze zur Wasserqualität, was hat das mit SoftWalk zu tun? In diesem Fall sehr viel! Ein Treffen des „Conseil général des Pyrénées-Atlantiques“ zum Thema Wasserqualität an Stränden war der Anlass für die Firma „ISOFAC“ in Südfrankreich insgesamt 130 m² SoftWalk zu verlegen. Bedruckt mit einer Arizona war das SoftWalk der Eyecatcher im Eingangsbereich. Mehr Infos zum Verarbeiter unter www.isofac.com.



Das war der Newsletter Nummer 8 für September 2010. Wir hoffen, Ihnen wieder einige Anregungen für künftige Kampagnen geliefert zu haben. Ihnen wünschen wir einen schönen „Altweibersommer“ mit tollen Aufträgen und Zeit für Erholung und Familie. Wir verbleiben mit den besten Wünschen

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 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

www.asphaltart.com