

Expodata Interview mit  
Schweizer Messebau

..0) Why are we here?

..I) Wirtschaftliche Situation im Messebau

Konkurse (Uniplan, Decatron, Wagner). Weshalb? Was hat Schweizer Messebau davon?

Der Messebaumarkt ist ein reiner Verdrängungswettbewerb. Wie kann sich Schweizer Messebau hier behaupten? Über den Preis?

Welche Haltung hat Schweizer Messebau gegenüber Pitches?

..II) Messebau oder Markenführung

«Wir konzeptionieren und erstellen dreidimensionale Erscheinungsbilder ... . Unsere Gestaltungsideen überzeugen durch klare architektonische und grafische Aussagen ... Zeichen zwischen virtuellen und realen Welten.» Was heisst das?

Was Kunden wirklich wollen.

..III) Schweizer Messebau

Die neue Messehalle (6000 m<sup>2</sup>) und was die Kunden davon haben.

Was ist das Merkmal von Schweizer Messebau? Wie würden Sie Ihrer Tochter oder Ihrer Mutter in einem Satz erklären, was Schweizer Messebau (besser) macht?

Was ist das Markenversprechen (der Mehrwert) von Schweizer Messebau? Was macht Schweizer, das in dieser Art sonst niemand macht?

Was ist die heimliche, unbekannte Story von Schweizer Messebau, die die Öffentlichkeit nicht kennt und von der sie sagt: Das will ich ausprobieren?

Zürich, 14. Januar 2014, Dr. Urs Seiler, Managing Director Smartville Agentur AG