

Pressemeldung: Schweizermessebau AG macht erfolgreiches Guerilla-Marketing im Kielwasser der Parlamentswahlen

Der nun allseits bekannte Donat Kaufmann hat sich zurecht darüber beklagt, dass Parteien keine politischen Inhalte mehr vermitteln, sondern größte Aufmerksamkeit kaufen können und auch bekommen, wenn der finanzielle Background entsprechend groß ist. Mit seiner erfolgreichen Crowdfunding-Aktion will er das ändern und am 14. 10. 15 offenlegen, wer für ihn gespendet hat.

Bei dieser Wahl liegt das Augenmerk aber nicht nur darauf, was zwischen den Zeilen **AUF** den Wahlplakaten zu lesen ist, sondern es gibt insbesondere **ZWISCHEN** den Wahlplakaten etwas ganz Spezielles zu entdecken: die »Wahlplakate« des Messebauers *schweizermessebau ag*, der mit inzwischen 40 Mitarbeitern zu den zehn größten Standbauern der Schweiz gehört. Firmeninhaber Beat Schweizer hat die Wahlplakate der Parteien schlichtweg zum Anlass genommen, um seine »Wahlplakate« mittendrin zu positionieren.



Die *schweizermessebau ag* spielt ebenfalls mit offenen Karten, denn die Firma möchte neben gesteigerter Aufmerksamkeit aufgrund der Plakatkampagne natürlich auch neue Kundschaft generieren. Die größere Aufmerksamkeit ist ihr bereits gewiss, denn es kamen schon e-Mails mit privat geschossenen Fotos der Plakate inmitten der regulären Wahlplakate mit den Fragen und Aussagen: „Was macht ihr denn da?“, „Coole Idee!“ und „Dürft ihr das überhaupt?“

Am Wahltag selbst setzt die *schweizermessebau ag* noch einen drauf und ruft die Schweizer Sprayerszene dazu auf, die Werbeplakate mit Graffiti zu verschönern und aus der unkonventionellen Werbung einmalige Streetart zu machen, die Beat Schweizer dann für einen guten Zweck „verhöckern“ will.

Beat Schweizer sagt über sein Unternehmen: „Unsere Kernkompetenz ist die Freude.“ Diese Freude an der eigenen Dienstleistung wird hier in einem Marketing sichtbar, das alles andere als langweilig ist, sondern aufregend und mitreißend.
<http://www.schweizermessebau.ch>