

## 2.4 Stärken und Schwächen

Eine Analyse der Stärken und Schwächen ergibt für *showcase* folgende Vor- und Nachteile:

- + kompakt
- + Transport ohne Sondergenehmigung
- + Flexibilität
- + Erweiterbarkeit
- + kurze Aufbauzeiten
- kostenintensiv (*showcase\_exposition*)
- festgelegtes Format/Größe
- nicht für alle auszustellenden Produkte anwendbar

Wir sehen trotz der Schwächen sehr gute Verkaufschancen für das Produkt, da der Nutzen sehr viel mehr wiegt als die Schwächen.

## 2.5 Zielgruppen

### Messebetreiber

Für Messebetreiber kann *showcase* als mobiler Informationsstand oder Leitsystem Teil ihrer »corporate identity« sein.

### Aussteller/Firmen

Für kleine und mittelständische Unternehmen bietet sich *showcase* als komplett ausgestatteter Messestand an. Dieser kann einfach transportiert und aufgebaut werden. Durch die vom Nutzer selbst aufgespannten Werbebanner wird sein Erscheinungsbild ständig verwandelt.

### Öffentliche Hand

Zu Informationsveranstaltungen in der Öffentlichkeit bietet *showcase* die Möglichkeit, auf Plätzen oder an anderen öffentlichen Räumen temporär Ideen, Themen etc. zu präsentieren.

### Übernachtungsanbieter

Zielkunden sind in erster Linie Campingplatzbetreiber mit einem hohen Anteil an Aktivurlaubern, für die eine temporäre Kapazitätserhöhung wichtig ist.