

Presseinformation

Service Factory gewinnt TomTom-Etat für ISPO 2017

München, 30.11.2016 – TomTom bleibt der Service Factory GmbH in München treu und wird auch die ISPO 2017 mit dem bewährten Event-Partner umsetzen. In einer Wettbewerbspräsentation konnte sich die Service Factory gegen zwei Mitbewerber durchsetzen. Mit ihrem Konzept überzeugte die Münchner Agentur für Live-Markenkommunikation ihren langjährigen Kunden TomTom und wird zum wiederholten Mal den Messeauftritt des weltweit führenden Anbieters von Navigationslösungen und GPS-basierten Sportuhren auf der ISPO 2017 gestalten.

Die Betreuung des TomTom-Messestands für die größte Sportmesse der Welt, die vom 5. bis 8. Februar 2017 in München stattfindet, war zuvor aufgrund eines Personalwechsels bei TomTom überraschend zum Pitch ausgeschrieben worden.

Pitch mit Aussicht auf Erfolg

Dabei hatte die Service Factory beste Voraussetzungen, sich den Auftrag wieder zu sichern. Denn das Team der Münchner Event-Agentur hatte zuvor das Messekonzept für TomTom auf der IFA 2016 völlig neu entworfen – und mit ihrem wegweisenden Design wesentlich zum Erfolg des Messeauftritts in Berlin beigetragen.

Das neue Messeprojekt für München wurde in einem zweistufigen Prozess, zuerst in Ismaning und später am Hauptfirmensitz in Amsterdam, vorgestellt. Darin präsentierte die Service Factory eine Adaption und Weiterentwicklung des bewährten Design-Konzepts. Vor allem deren sportiver Charakter wurde verstärkt. Die Präsentation konnte den Vorstand von TomTom überzeugen und erhielt den Zuschlag.

Die Aufgabe: Reduzierte Klarheit mit Motivationskraft

Im Zentrum der gestalterischen Aufgabe stand es, das reduzierte, klare Corporate Design von TomTom im Messeauftritt mit der Emotionalität der Sportwelt zu verbinden. Auf der rund 100 Quadratmeter großen Standfläche sollen sowohl der „Sport Spirit“ und damit der motivationale Charakter der Produktwelt von TomTom, als auch die technische Kompetenz des Unternehmens repräsentativ dargestellt werden. Der anspruchsvolle Kundenwunsch: Einfachheit mit WOW-Effekt.

Der TomTom-Messestand: 100 Quadratmeter mit hoher Wiedererkennbarkeit

Der TomTom-Messestand wird auf rund 100 Quadratmetern das gesamte TomTom-Produktsortiment aus dem Sportbereich präsentieren. Zwei Meetingräume, ein Service-Counter, eine Bar, eine kleine Küche und Lagerflächen werden darin ebenfalls integriert. Die Besonderheit dabei: Der Plan der Service Factory sieht vor, bei der Umsetzung teilweise auf Materialien von der IFA 2016 zurückzugreifen. Für TomTom hat diese Vorgehensweise gleich zwei Vorteile: einen hohen Wiedererkennungseffekt bei minimalen Kosten.

Die ISPO: Führende Sportmesse der Welt

Die ISPO findet vom 5. bis 8. Februar 2017 in München statt. Zur weltweit führenden Messe werden ca. 80 Tausend Besucher aus über 110 Ländern erwartet. Rund 2.600 internationale Aussteller präsentieren dort Produkte aus den Bereichen Outdoor, Ski, Action, Performance Sports, Textil-Trends sowie Fitness und Gesundheit.

Die Service Factory: Inhaber-geführte Eventagentur mit 20 Jahren Erfahrung

Die Service Factory GmbH ist eine Münchner Agentur für Live Brand Experience mit über 20 Jahren Erfahrung in allen Disziplinen der Live-Kommunikation. Mit rund 20 Mitarbeitern organisiert die inhaber-geführte Agentur Messen, Events, Incentives, Mitarbeiterveranstaltungen sowie Aktivierungsaktionen am Point of Sales. Zu den langjährigen Kunden gehören unter anderem Vodafone, TomTom und Blackberry.

Homepage: www.service-factory.de

Presse-Center: <https://www.service-factory.de/2016/08/presse-center/>

Agentur-Blog „Kaleidoscope“: www.service-factory.de/newsroom/

Pressekontakt:

Stephanie Grupe, Telefon 0162 - 278 79 53, E-Mail sgrupe@service-factory.de