

Navigation in Classic Cars

Garmin macht Zeitreise zum Product Experience Partner

Erster gemeinsamer Auftritt im Rahmen der Retro Classics Stuttgart

Stuttgart / München, 10. Februar 2008 - Garmin, globaler Marktführer im Bereich mobile Navigation, und die Sportmarketing- und Event-Agentur Global Player Marketing vereinbaren eine strategische Partnerschaft im Rahmen des Classic Car Incentive Programms „Zeitreise“. Mit der „Zeitreise“ bietet die Stuttgarter Agentur seit Jahren ein exklusives und hoch emotionales Classic Car Event als Incentive Programm für Unternehmen an. Mit der eigenen Oldtimer-Fahrzeugflotte zum selber fahren sowie der freien Auswahl der Strecke und des Veranstaltungsortes bedient Global Player Marketing ein völlig neues Segment im Eventmarketing.



Die Partnerschaft mit Garmin beinhaltet die Bereitstellung von Navigationssystemen der neuesten Generation für die Zeitreise-Oldtimer Flotte. Zur weiteren Erhöhung der Attraktivität des Programms werden darüber hinaus Garmin Technologien und Applikationen in die Zeitreise Events integriert. So bewältigen die Teilnehmer der Oldtimer-Rallyes zukünftig z.B. Sonderprüfungen auf Basis von Garmin Content Services und navigieren neben den klassischen Roadbooks mit Garmin Navigationsgeräten.

Tom Mühlmann, Manager Marketing Communications der Garmin Deutschland GmbH:

„Wir freuen uns sehr, mit der Zeitreise als Product Experience Partner eine attraktive Möglichkeit gefunden zu haben, um die Garmin Technologie erlebbar zu machen. Auch bieten die exklusiven Zeitreise Fahrevents attraktive Gelegenheiten, unsere Kompetenz und die innovativen Outdoor- und Freizeit Navigationslösungen in einem hochwertigen Entscheider-Umfeld zu demonstrieren.“



Marcus Görig, geschäftsführender Gesellschafter von Global Player Marketing:

„Wir sind stolz, mit Garmin einen strategischen Partner gewonnen zu haben, der unser Zeitreise-Programm für unsere Kunden nun noch attraktiver macht. Bieten unsere Oldtimer-Rallyes bereits jetzt unvergessliche Erlebnisse für unsere Kunden und deren Gäste, so erhöhen wir mit Garmin Navigationsgeräten und der Technologie Faktoren wie Entertainment, Sicherheit und Komfort der Events um ein Vielfaches. Auch können wir

z.B. die Streckenausarbeitung in ganz Europa mit modernster Technologie effizienter gestalten sowie deren Kreativität und Individualität erhöhen.“

Diese Kooperation zeigt auf, wie einfach die Verbindung von „alter“ und „neuer“ Technologie sein kann. Selbst in Classic Cars braucht man nicht auf fortschrittliche Helfer wie Navigationsgeräte zu verzichten. Die Navigationssysteme von Garmin haben darüber hinaus den Vorteil, dass sie sich nach dem Gebrauch wieder spurlos entfernen und im Alltagsauto weiterverwenden lassen. Somit sind keine Modifikationen am Oldtimer nötig.

Der erste gemeinsame Auftritt von Garmin und Zeitreise findet vom 12. bis 15. März im Rahmen der Oldtimermesse Retro Classics in Stuttgart statt. In Halle 1 Stand 1H72 präsentieren Garmin und Zeitreise dort modernste Navigationstechnik in faszinierenden Oldtimern.

Über Garmin



Garmin ist globaler Marktführer bei mobilen Navigationslösungen für die Bereiche Automotive, Outdoor & Sport, Marine und Aviation feiert dieses Jahr seinen 20. Geburtstag. 1989 von Gary Burrell und Dr. Min Kao (Garmin) gegründet, zählt das Unternehmen mit aktuell über 9.000 Mitarbeitern und Standorten in den USA, Taiwan und Europa zu den erfahrensten Herstellern im Bereich mobiler Navigation. Charakteristisch für Garmin ist, dass sowohl Entwicklung als auch Produktion im eigenen Haus und den eigenen Produktionsstätten erfolgen. Dies trägt entscheidend zur Sicherung des hohen Qualitätsstandards bei. Produkte für die Luftfahrt fertigt Garmin in der weltweiten Firmenzentrale in Olathe, Kansas, USA. Alle Consumer-Electronic-Produkte für die Bereiche Straßennavigation, Outdoor, Sport und Marine werden in den drei Garmin Produktionsstätten Shijr, Jhongli und LinKou in Taiwan hergestellt.

Weltweit beschäftigt Garmin nahezu 1.400 Ingenieure und sichert so die tiefe technische Kompetenz innerhalb des Unternehmens. Von 1989 bis heute wurden weltweit bereits über 30 Millionen Garmin Navigationsgeräte verkauft. Garmin ist seit Gründung des Unternehmens profitabel und verzeichnet seit 2000 einen durchschnittlichen jährlichen Umsatzzuwachs von 36 Prozent.

In Europa ist Garmin mit eigenen Büros in Großbritannien, München, Paris, Barcelona, Mailand und Kopenhagen vertreten. In den anderen europäischen Ländern vertreibt Garmin seine Produkte über Exklusivimporteure, die auch für den Service und Support im jeweiligen Land zuständig sind. Für den deutschen Markt zuständig ist die Garmin Deutschland GmbH mit Sitz in Gräfelfing bei München. Dort sind aktuell knapp 100 Mitarbeiter in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Produktmanagement, Kartografie sowie Händler- und Endkundensupport beschäftigt, wobei das gesamte Consumer-Electronics Produktspektrum abgedeckt wird. Die Belieferung der deutschen Händler erfolgt über das Garmin-eigene Logistik-Center bei München.

Über Global Player Marketing GmbH

Global Player Marketing ist eine der führenden Sportmarketing- und Below-The-Line Agenturen mit Sitz in Stuttgart. 2001, vom ehemaligen Hugo Boss Sportmarketing Manager Marcus Görig gegründet, vermarktet, konzipiert und setzt das Unternehmen weltweit Events und Sponsorships für global operierende Kunden um. Seit 2007 verstärkt Thomas Meyer die Geschäftsführung, der vorher beim Toyota Formel 1 Team für Marketing verantwortlich war.

Im Sport betreut die Agentur diverse Formel 1-Teams und Automobilhersteller sowie Sponsoren und berät über optimale Vermarktungs- und Marketingaktivierungs- Programme. Als etablierter Dienstleister entwickelt Global Player Marketing mit Premiuevents jeglicher Art kreative Markeninszenierungen mit einem Leistungsangebot, welches von Entwicklung der Eventidee über Konzeption und operativer Umsetzung der Veranstaltung reicht.

Mit der „Zeitreise“, dem Classic-Car-Rallye Programm, bietet die Agentur ein individuell auf den Kunden zugeschnittenes Fahrevent zum Selberfahren. Dieses exklusive Incentive Format, auf Basis eines eigenen, hochwertigen Oldtimer Fahrzeug-Pools, eröffnet insbesondere Mittelstands- und Großkunden besonders attraktive Möglichkeiten zur Kundenbindung und Relationship-Building mit Journalisten.

Weitere Informationen unter www.gpmarketing.de

Pressekontakt Garmin:

Schwartz Public Relations

Susanne Häckel / Maren Seiffert

Sendlinger Straße 42A

D-80331 München

Tel.: 089-211 871-35 / - 40

Fax: 089-211 871-50

E-Mail: sh@schwartzpr.de / mas@schwartzpr.de

Web: www.schwartzpr.de

Unternehmenskontakt:

Garmin Deutschland GmbH

Marc Kast

Lochhamer Schlag 5a

D-82166 Gräfelfing bei München

Tel.: 089-85 83 64-925

Fax: 089-85 83 64-44

E-Mail: marc.kast@garmin.de

Web: www.garmin.de

Global Player Marketing GmbH

Staffenbergstr. 44

70184 Stuttgart

Tel. 0711-226 2380

E-Mail: kontakt@gpmarketing.de

www.gpmarketing.de

www.zeitreise-rallye.de