

Garmin und Navigon skizzieren ihre gemeinsame Zukunft

Berlin, IFA / München (Gräfelfing), 01. September 2011 – Garmin, der weltweite Marktführer im Bereich mobile Navigation, stellt heute seine neuen Produkte für 2012 vor, zu denen auch die des neuen Geschäftsbereichs Navigon gehören. Auf der Pressekonferenz, die am 1. September auf der IFA stattfindet, bekräftigt Garmin zudem seine Unternehmensstrategie für das kommende Jahr.

„Wir freuen uns sehr über die Innovationen bei unseren neuen Produkten, die wir heute präsentieren - vor allem über die neue Richtung, die Garmin mit der Akquisition von Navigon für das restliche Jahr 2011 und darüber hinaus einschlägt“, sagt Cliff Pemble, President und COO von Garmin. „Ich bin davon überzeugt, dass Garmin mit seinem Angebot an Technologien, seiner finanziellen Stabilität und globalen Reichweite sowie seinen hoch qualifizierten Mitarbeitern erstklassige Voraussetzungen bietet, seine Führungsposition im Navigationsmarkt weiter auszubauen und zur ersten Wahl bei Navigationsgeräten zu werden – egal ob diese zu Land, zu Wasser oder in der Luft eingesetzt werden sollen.“

Dazu arbeitet das Führungsteam von Garmin eng mit dem vor kurzem übernommenen Geschäftsbereich Navigon zusammen. Ziel ist es hier, ein strategisches europäisches Forschungs- und Entwicklungszentrum sowie Produktmanagement-Center zur Unterstützung des gemeinsamen Unternehmens aufzubauen.

„Das neue F&E-Zentrum soll dazu beitragen, unseren PND-Marktanteil in Europa zu steigern, unsere weltweite Automotive-OEM-Infrastruktur strategisch auszubauen und unsere Präsenz auf dem Markt der mobilen Navigations-Apps zu erweitern. Die Produkte und Marketing-Materialien von Navigon tragen ab sofort das neue Branding „Navigon: A Garmin Company“, so Pemble.

Neben dem PND-Markt ist Garmin auch im Fitness-, Outdoor-, Marine- und Luftfahrtbereich tätig. Hier steigerte das Unternehmen seine Einnahmen im zweiten Quartal 2011 um insgesamt 11 %. Außerdem stammten im vergangenen Quartal fast die Hälfte (46 %) der Gesamteinnahmen des Unternehmens in Höhe von 674 Millionen US-Dollar aus diesen Märkten.



Seit der Unternehmensgründung 1989 hat Garmin bereits 88 Millionen GPS-fähige Geräte ausgeliefert – weit mehr als jeder andere Navigationsgeräte-Hersteller. Die Marktbreite von Garmin in der GPS-Branche ist einzigartig: Das Unternehmen entwickelt seit jeher innovative Produkte und hat sich in allen Märkten, in denen es tätig ist, als einer der führenden Anbieter durchgesetzt. Zu diesen Märkten zählen Fahrzeug-, Luftfahrt-, Marine-, Fitness-, Outdoor-/Freizeit-, Tracking- und mobile Anwendungen.

Weitere Informationen über die Produktankündigungen von Garmin erhalten Sie unter www.garmin.de, die neuen Produkte von Navigon finden Sie unter www.navigon.com.

Über Garmin

Garmin ist globaler Marktführer im Bereich mobiler Navigationslösungen für die Bereiche Automotive, Outdoor & Fitness, Marine und Aviation. Der Automotive-Bereich umfasst Lösungen für die Auto-, Motorrad- und LKW-Navigation sowie gemeinsam mit Partnern entwickelte Flottenmanagementlösungen. 1989 von Gary Burrell und Dr. Min Kao (Garmin) gegründet, zählt das Unternehmen mit aktuell über 8.500 Mitarbeitern und Standorten in den USA, Taiwan und Europa zu den erfahrensten Herstellern im Bereich GPS-Technologie. Charakteristisch für Garmin ist, dass sowohl Entwicklung als auch Produktion inhouse 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 über 1.000 Ingenieure und sichert so die hohe technische Kompetenz innerhalb des Unternehmens. Von 1989 bis heute wurden weltweit bereits über 85 Millionen Garmin Navigationsgeräte verkauft. Garmin ist seit Gründung des Unternehmens profitabel.

In Europa ist Garmin mit eigenen Büros in Southampton, München, Paris, Barcelona, Mailand, Lissabon, Graz, Brüssel, Lohja und Kopenhagen vertreten. In den anderen europäischen Ländern vertritt Garmin seine Produkte über Exklusivimporteure, die auch für den Service und Support im jeweiligen Land verantwortlich sind. Für den deutschen Markt zuständig ist die Garmin Deutschland GmbH mit Sitz in Gräfelfing bei München. Dort sind aktuell fast 100 Mitarbeiter in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Produktmanagement, Kartografie sowie Händler- und Endkundensupport beschäftigt. Die Belieferung der deutschen Händler erfolgt über das Garmin-eigene Logistik Center bei München.

Pressekontakt:

Schwartz Public Relations

Dieter Niewierrra / Florian Kestler / Anja Hesse
Sendlinger Straße 42A
D-80331 München
Tel.: 089-211 871-37 / - 38 / - 40
Fax: 089-211 871-50
E-Mail: dn@schwartzpr.de / fk@schwartzpr.de
ah@schwartzpr.de
Web: www.schwartzpr.de

Unternehmenskontakt:

Garmin Deutschland GmbH

Marc Kast
Lochamer 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