



## Garmin mit neuer Sales-Agentur

### PACT stellt Außendienstmitarbeiter für regionale Betreuung

**München (Gräfelfing), 01. April 2010** – Garmin, globaler Marktführer im Bereich mobile Navigation, verstärkt seinen Vertrieb. Das Unternehmen hat zum ersten April 2010 die PACT AG zur Unterstützung seiner hausinternen Key-Account-Abteilung im Bereich der Straßennavigationsgeräte verpflichtet. Das Außendienst-Team, bestehend aus neun Mitarbeitern, wird für Garmin deutschlandweit auf regionaler Ebene tätig sein. Das Ziel ist, den direkten Kundenkontakt vor Ort zu intensivieren und sich noch stärker auf deren Bedürfnisse auszurichten. Die Außendienstmitarbeiter bilden einen essentiellen Bestandteil der ganzheitlichen Vertriebsstrategie von Garmin, die auch eine optimale Handelsunterstützung durch Marketing- und Service-Aktivitäten für Garmin-Kunden vorsieht.

„Garmin hat als Weltmarktführer den Anspruch, seine Kunden ganzheitlich zu unterstützen. Eine zentrale Bedeutung kommt hier neben den Key-Account-Managern und dem Vertriebsinnendienst einem starken Außendienst-Team zu, das sich um die Belange der Kunden vor Ort kümmert. Vor diesem Hintergrund konnte die PACT AG als Partner gewonnen werden, der sich perfekt in diesen Ansatz integrieren lässt und mit dem wir diesen auch zukünftig weiterentwickeln können“, erklärt Kai Tutschke, Manager Sales Garmin Deutschland.



“Der Navigationsmarkt ist spannend und bietet erhebliches Potential. Mit Garmin haben wir nun einen Partner, der diesen Markt bereits seit über 20 Jahren mit innovativen Produkten prägt. Unsere Außendienstmitarbeiter kennen die Technologie und Marktstruktur. Sie wissen mit den Garmin-Kunden umzugehen und diese optimal zu unterstützen. Unsere web-basierten Vertriebssteuerungstools garantieren bei allen Vertriebsmaßnahmen die effiziente Durchsteuerung und echtes *just-in-time-Reporting*. Dadurch werden wir einen entscheidenden Mehrwert für Garmin realisieren und blicken nun in eine gemeinsame erfolgreiche Zukunft“, kommentiert Johannes





Nordhaus, Chief Operating Officer bei PACT.

### **Garmin plädiert auf Ganzheitlichkeit**

Garmin verfolgt bei seiner Vertriebsstrategie einen ganzheitlichen Ansatz, der eine umfassende Kundenbetreuung impliziert. Dazu gehört ein Key-Account-Team, das sich auf nationaler Ebene intensiv um Schlüsselkunden wie große Elektronik-Fachmarktketten kümmert und Außendienstmitarbeiter, die regional tätig sind. Diese sind beispielsweise für den direkten Kontakt mit einzelnen Elektronik-Fachmärkten verantwortlich und stehen ihnen beratend beim Einkauf zur Seite. Zudem garantiert der Navigationshersteller eine umfangreiche Handelsunterstützung bestehend aus einem Vertriebsinnendienst-Team, einem eigenen Service- und Support-Center sowie einer Marketingabteilung für eine gezielte Endverbraucher-Ansprache. Für den Point of Sale (POS) stehen den Vertriebspartnern außerdem umfangreiche Präsentationskonzepte zur Verfügung. Das beinhaltet von Flyern über Broschüren und Aufsteller bis hin zu ganzen Shopsystemen eine breite Palette an Materialien, die Garmin-Fachhändler zu Promotionszwecken vor Ort einsetzen können.

### **Über Garmin**

Garmin ist globaler Marktführer im Bereich mobiler Navigationslösungen für die Bereiche Automotive, Outdoor & Fitness, Marine und Aviation. 1989 von Gary Burrell und Dr. Min Kao (Garmin) gegründet, zählt das Unternehmen mit aktuell nahezu 9.000 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 1.400 Ingenieure und sichert so die hohe 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 Southampton, München, Paris, Barcelona, Mailand, Lissabon, Graz, Brüssel, Lohja und Kopenhagen vertreten. In den anderen europäischen Ländern vertreibt 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 Niewierra / Florian Kestler / Anja Strunz

Sendlinger Straße 42A

D-80331 München

Tel.: 089-211 871-37 / - 38 / - 40

Fax: 089-211 871-50

E-Mail: [dn@schwartzpr.de](mailto:dn@schwartzpr.de) / [fk@schwartzpr.de](mailto:fk@schwartzpr.de)

[as@schwartzpr.de](mailto:as@schwartzpr.de)

Web: [www.schwartzpr.de](http://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](mailto:marc.kast@garmin.de)

Web: [www.garmin.de](http://www.garmin.de)

