



Garmin präsentiert sein Meisterstück

Kampagnenstart für das nüvi 3790T

München (Gräfelfing), 30.06.2010 – Schlank, schick und voll gepackt mit innovativer Technologie – mit dem nüvi 3790T hat Garmin ein echtes *Meisterstück* vollbracht. Im Zuge der Markteinführung startet der weltgrößte Navigationsgerätehersteller nun eine umfangreiche Marketing-Kampagne, um die Garmin-Fachhändler beim Abverkauf optimal zu unterstützen. Dabei wurde für die Vermarktung des nüvi 3790T ein zentrales Messaging und visuelles Leitmotiv entwickelt, auf deren Basis die verschiedenen Marketingaktivitäten ausgearbeitet wurden. Denn der Lotse stellt weitaus mehr dar als nur ein herkömmliches Navigationsgerät. Er bildet die Speerspitze jahrzehntelanger Entwicklungsarbeit und wird als Startpunkt einer neuen Produktkategorie gefeiert, bei der neben einer Vielzahl von technischen Neuerungen vor allem der Design-Aspekt eine zentrale Rolle einnimmt. Die Marketing-Kampagne ist ein essentieller Bestandteil der ganzheitlichen Vertriebsstrategie von Garmin, die eine umfassende Handelsunterstützung durch Marketing- und Service-Aktivitäten für Garmin-Kunden vorsieht.



Messaging und Leitmotiv der Kampagne

Das nüvi 3790T ist das derzeit wohl fortschrittlichste und innovativste Navigationsgerät auf dem Markt. Es zeichnet sich durch ein außergewöhnliches Design, intelligente Routing-Eigenschaften sowie durch eine intuitive Benutzeroberfläche aus. Dementsprechend bilden diese drei Aspekte auch den kommunikativen Fokus der nüvi 3790T Marketing-Kampagne, die unter dem Claim „*Ein Meisterstück von Garmin*“ gestartet wird. Hierfür entwickelte der Navigationsgerätehersteller ein zentrales visuelles Leitmotiv, das als Grundlage für alle Marketing-Materialien, die beispielsweise am POS (Point of Sale) oder in der Print- und Online-Werbung zum Einsatz kommen, fungiert: Es hebt die einzigartigen Formen des mit dem *red dot design award* ausgezeichneten Gerätes hervor und vermittelt, mit wie viel Liebe zum Detail das nüvi 3790T entwickelt wurde. Der Betrachter wird sowohl optisch als auch emotional in den



Entstehungsprozess involviert. Die auf ein Minimum reduzierten Überschriften im Bild - „8,95 mm Innovation“, „118 g Intelligenz“ und „88,2 cm²“ - stehen kennzeichnend für die Innovationskraft von Garmin und beziehen sich auf die drei Hauptmerkmale, die das Gerät einzigartig machen.

Vielfältige Marketingmaßnahmen

Mit dem nüvi 3790T setzt Garmin Akzente in einem bereits etablierten Markt und bietet für Konsumenten völlig neue Anreize, ein Navigationsgerät zu erwerben. Gleichzeitig erhalten Händler die Möglichkeit, sich im Bereich der Navigation neu aufzustellen und in Kundensegmente vorzudringen, die bisher nicht adressiert wurden. Vor diesem Hintergrund hat Garmin ganz spezielle Marketing-Aktivitäten geplant und umgesetzt, um den Fachhändlern eine maximale Handelsunterstützung zu garantieren.

Im Juli und August werden daher Anzeigen in verschiedenen Print-Magazinen geschaltet. Neben technischen Zeitschriften stehen hier insbesondere Lifestyle- und Design-Magazine im Fokus, um eine neue Zielgruppe zu erreichen, die ihre Produktentscheidungen sehr designorientiert treffen. Unterstützend schaltet der Navigationsgerätehersteller in den entsprechenden Online-Ausgaben der Zielmedien auch Banner und hat einen nüvi 3790T-Promofilm auf verschiedenen Internet-Video-Portalen wie Zattoo oder Smartclip geladen.



Weitere Aktivitäten wurden im Bereich der Suchmaschinenoptimierung und Plakatwerbung getroffen. So optimiert Garmin über Google-AdWords das Suchmaschinenranking und wird in verschiedenen deutschen Metropolen an insgesamt 71 Großflächen über sieben Wochen in direkter Umgebung der großen Elektronikfachmärkte nüvi 3790T-Plakate positionieren. Darüber hinaus stehen für den POS hochwertige Boden- und Thekenaufsteller sowie Flyer bereit.

„Bei Garmin haben wir den Anspruch, hochwertig zu kommunizieren und damit unsere Händler optimal zu unterstützen. Das gewährleisten wir unter anderem durch gezielte



Marketingaktivitäten, die den Bekanntheitsgrad der nüvi-Produkte erhöhen und so den Abverkauf fördern. Diese Strategie verfolgen wir nun auch mit dem nüvi 3790T. Ganz an den Design- und Technischen-Merkmalen des Gerätes orientiert, haben wir diese umfangreiche Marketing-Kampagne aufgesetzt, um das neue Highlight-Produkt bestmöglich in Szene zu setzen“, erklärt Tom Mühlmann, Manager Marketing Kommunikation bei Garmin Deutschland.

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 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 66 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 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 / fk@schwartzpr.de
as@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