

Über eine Milliarde US-Dollar Umsatz in EMEA

Rekordumsatz 2014: Garmin Produkte in Europa so erfolgreich wie nie

Mit mehr als einer Milliarde US-Dollar hat Garmin 2014 den höchsten Umsatz in der Unternehmensgeschichte in EMEA erreicht. Im Consumer-Bereich, konnte besonders das Fitness-Segment starkes Wachstum verzeichnen. Doch auch im Geschäft mit mobilen Navigationsgeräten (PND) konnte Garmin entgegen dem Markttrend wachsen. Basis des Erfolgs in Europa ist die umfassende Unterstützung des Handels durch Garmin.

Garching bei München, 26. Februar 2015 – Spitzenjahr für Garmin in Europa: Das Unternehmen blickt mit einem Rekordumsatz von 1,1 Milliarden US-Dollar auf sein erfolgreichstes Jahr im europäischen Markt zurück. Im PND-Segment konnte das Unternehmen seinen Marktanteil nach Wert von 30,3 Prozent in 2013 auf 33 Prozent steigern. Der Markt für mobile Navigationsgeräte zählt nach wie vor zu den bedeutendsten Geschäftsfeldern bei Garmin.

Stärkeres Wachstum als im PND-Markt ist künftig im Fitness-Segment zu erwarten, in dem Garmin 2014 bereits große Umsätze verzeichnen konnte. Insbesondere die Fitness-Tracker *vívofit* und *vívosmart*, aber auch Laufuhren, Fahrradcomputer, Outdoor- und Golfprodukte von Garmin sorgten für ein bedeutendes Umsatzplus im Handel, das den grundsätzlich rückläufigen PND-Markt vollständig auffangen konnte. Motor des starken Wachstums sind Händler, die frühzeitig die Chancen in diesem Bereich erkannten und beispielsweise die nachfragestarken *vívo*-Produkte in die Vermarktung aufnahmen. „Wir freuen uns, dass wir durch unsere sehr enge Partnerschaft mit dem Handel bereits jetzt in diesem Zukunftsmarkt erfolgreich sind. Diese gute Marktposition möchten wir weiter ausbauen“, sagt Kai Tutschke, Director Sales & Product Marketing EMEA bei Garmin. „Wir arbeiten kontinuierlich an neuen innovativen Produkten und geben damit sowohl dem stationären als auch dem Online-Handel passende Angebote an die Hand.“

Zukunftsmarkt Fitness-Tracker & Smartwatches

Mehreren Studien zufolge wird der Markt für Fitness-Tracker auf 18 Millionen in 2018 ansteigen, der für Smartwatches sogar auf 89 Millionen. Garmin bietet dem Handel mit der im März erscheinenden Smartwatch *vívoforce* ein innovatives Produkt für dieses Segment. Bereits seit 25 Jahren ist das Unternehmen in unterschiedlichen Märkten erfolgreich und beliefert Händler kontinuierlich mit zahlreichen Produkten im Bereich Consumer Electronics, die den sich stetig wandelnden Bedürfnissen der Kunden entsprechen. „Durch unsere vertikale Integration können wir





Kai Tutschke, Director Sales & Product Marketing EMEA bei Garmin

schnell im Markt reagieren“, erläutert Sean Biddlecombe, Managing Director EMEA bei Garmin. „Wir halten die Forschung und Entwicklung sowie die Fertigung unserer Produkte im eigenen Unternehmen und sind somit flexibel. Das ist unsere Stärke.“ Darüber hinaus stattet Garmin Händler mit umfangreichen Marketingmaterialien für den POS aus, mit denen sie die Vermarktung der Produkte gezielt fördern können. Außerdem investiert Garmin in übergreifende Marketingmaßnahmen wie etwa in Form der kürzlich bekanntgegebenen Kooperation mit RedBull.

Weitere Informationen unter www.garmin.de

Weitere Informationen und hochauflösendes Bildmaterial gibt es unter <http://www.garmin.de/presse/>

 Garmin auf Facebook: www.facebook.com/GarminD

 Garmin auf Twitter: www.twitter.com/GarminD

 Garmin auf Google+: <http://gplus.to/GarminD>

Über Garmin

Garmin entwickelt mobile GPS-Navigationslösungen für die Bereiche Automotive, Outdoor & Fitness, Marine und Aviation. Seit seiner Gründung vor 25 Jahren durch Gary Burrell und Dr. Min Kao hat das Unternehmen mehr als 115 Millionen Navigationsgeräte verkauft. Für den globalen Marktführer mit Hauptfirmensitz in Olathe, Kansas arbeiten heute in 35 Niederlassungen weltweit über 10.000 Beschäftigte – darunter etwa 1.000 Ingenieure. Die Garmin Deutschland GmbH hat ihren Sitz in Garching bei München. In Würzburg wird außerdem ein eigener Forschungs- und Entwicklungsstandort unterhalten. Ein zentrales Erfolgsprinzip von Garmin ist die vertikale Integration: Die Entwicklung vom Entwurf bis zum verkaufsfertigen Produkt sowie der Vertrieb verbleiben vollständig im Unternehmen. So kann Garmin höchste Standards garantieren – sowohl bei der Qualität als auch beim Design der Produkte – und seinen Nutzern in jeder Lebenslage die passende Navigationslösung bieten. Diesem Anspruch folgt Garmin nun seit einem Vierteljahrhundert.

Unternehmenskontakt:

Garmin Deutschland GmbH
Marc Kast
Parkring 35
D-85748 Garching
Tel.: 089-85 83 64-925
Fax: 089-85 83 64-45
E-Mail: marc.kast@garmin.com

Pressekontakt Automotive, Mobile, Golf:

fischerAppelt, relations
Jessica Raguž, Christina Tenambergen,
Michael Grisar
Waterloohain 5
D-22769 Hamburg
Tel.: 040-899 699- 576 / 578 / 387
Fax: 040-899 699- 30
E-Mail: garmin@fischerappelt.de

Pressekontakt Outdoor, Sports, Marine:

KGK – Kern Gottbrath Kommunikation
Benedikt Braun, Markus Müller, Till Gottbrath
Ungererstr. 161
D-80805 München
Tel.: 089-30 76 66-40
Fax: 089-30 76 66-50
E-Mail: garmin@k-g-k.com