

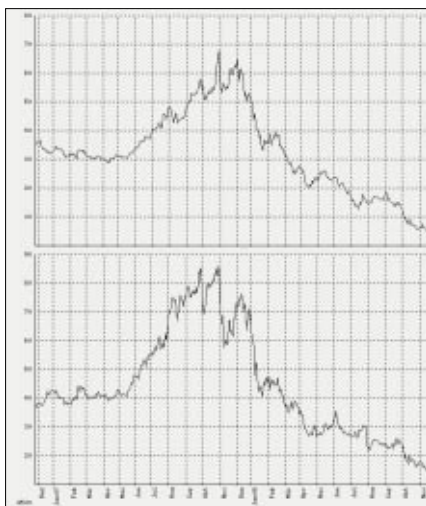
Am Ende ist man da

● Die Navigationsbranche ist aufgeschreckt, als Anfang November die britischen Marktforscher von Canalis bekannt gegeben haben, dass im dritten Quartal 2008 in Europa weit mehr Handys mit eingebautem GPS als richtige Navigationsgeräte verkauft wurden. Ist das das Ende der Navis, wie wir sie heute kennen? Werden TomTom, Garmin und Co. schon nächstes Jahr aufgeben müssen? Wird Nokia Marktführer unter den Navisherstellern, nachdem man sich schon den Kartenhersteller Navteq geangelt hat?

Nein. Das ist Quatsch.

Möchten Sie auf den komfortablen Touchscreen Ihres Navis verzichten und die gesuchte Adresse lieber per T9-Worterkennung eingeben? Und den Weg auf einem winzig kleinen Display ablesen? Ein kleines Einsteigernavi hat einen Bildschirm mit 3,5 Zoll Diagonale, also 6,8 mal 5,1 Zentimetern. Ein extrem großzügiges Handy hat einen Bildschirm mit 2,8 Zoll Diagonale, also 5,4 mal 4,0 Zentimetern. Das sind 35 Quadratzentimeter Bildschirmfläche beim Navi und 22 Quadratzentimeter beim Handy - bisschen mehr als die Hälfte. Den meisten Anwendern reicht ein 3,5-Zoll-Gerät aber schon gar nicht mehr, sie wollen eines mit 4,3 Zoll Diagonale oder mehr - und da kann kein Handy mithalten.

Auch wenn ich auf der Autobahn fahre, sehe ich nie ein Handy auf einem Armaturenbrett. Mittlerweile erkenne ich die meisten Navis in



Haben beide von der letzten Spekulationsblase profitiert: TomTom (oben) und Garmin. Die Börse ist aber anscheinend von der Übernahme des Kartenanbieters Tele Atlas durch TomTom nicht überzeugt. Tele Atlas wurde für 2,9 Milliarden Euro von TomTom gekauft, am 17. November war das Gemeinschaftsunternehmen ziemlich genau 591 Millionen Euro wert.



Schlägt sich perfekt in einem sehr schwierigen Markt: Dr. Min Kao ist einer der beiden Gründer von Garmin.



Harold Goddijn, Unternehmensleiter von TomTom, kann sich freuen: In Europa sind seine Produkte absolut unangefochten die Nummer 1.

anderen Fahrzeugen, wenn sie an mir oder ich an ihnen vorbei fahre: TomTom, Becker, Garmin, Navigon und Falk kann man besonders gut im Dunkeln an den charakteristischen Merkmalen der Navi-Ansicht unterscheiden, und dann sieht man ja auch die Bildschirmgröße. Aber Handys sind nie dabei.

Die Hersteller und Kunden mobiler Navigationsgeräte sollten sich keinesfalls verunsichern lassen von solchen Meldungen - weil sie vollkommen ohne Belang sind. Was bedeutet es

denn, wenn ein Handy mit eingebautem GPS-Empfänger verkauft wird? In erster Linie mal gar nichts. Denn diese Smartphones werden gekauft, weil ein MP3-Player eingebaut ist, weil sie schön sind, weil sie leicht bedienbar sind, weil ein Terminkalender eingebaut ist, weil man damit »ins Internet« kann und, und, und. Zusätzlich zu dem ganzen anderen Kram, den man nie braucht, ist halt auch ein GPS-Empfänger eingebaut.

Der Anwender könnte damit navigieren, wenn



Eine der Hoffnungen von TomTom: Mit dem Go 740 Live und dem Go 940 Live verkauft man nicht nur einmalig eine Hardware, sondern im besten Fall einen Datenservice-Vertrag über mehrere Jahre.



◀ **Das Unternehmen lebt nicht nur vom Navi alleine - und ist deswegen von den Preisverfällen nicht so betroffen: Hier ein Garmin Fishfinder 400c, ein Sonargerät für alle, die wissen müssen, wo die dicksten Fische zu finden sind.**

Flugzeugen um 9 Prozent auf 81 Millionen (54 Mio. Euro). Nachgegeben hat nur der Bereich der Navis für Schiffe um 8 Prozent auf 44 Millionen US-Dollar (29 Mio. Euro).

Der Gesamtumsatz des dritten Quartals von 870 Millionen USD verteilte sich auf 585 Millionen USD oder 395 Millionen Euro in den USA (+ 29 Prozent), 247 Millionen Dollar oder 166 Millionen Euro in Europa (+ 9 Prozent) und 38 Millionen Dollar im asiatischen Raum.

Bisher hat Garmin damit in den ersten drei Quartalen 2008 beachtenswerte 2,45 Milliarden USD (1655 Mio. Euro) umgesetzt, davon 1,71 Milliarden Dollar oder 1155 Millionen Euro mit Automobil-Navis. In den neun Monaten hat Garmin nach eigenen Angaben 10,1 Millionen Geräte verkauft, das wären 56 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum.

Weitere Verbesserungen verspricht sich Garmin von der im dritten Quartal abgeschlossenen Übernahme der ehemals selbstständigen Distributoren in Österreich und Portugal, die Übernahme des schwedischen Distributors müsste beim Erscheinen des Heftes bereits abgeschlossen sein.

Abermals verschoben wurde die Einführung des Navigationhandys »nüviphone«, das bereits zur CeBIT im Februar 2008 vorgestellt wurde. Mittlerweile aktuell ist das erste Halbjahr 2009, aber nach den zahlreichen Verschiebungen will man nun auch nichts mehr ankündigen, bis das Gerät wirklich lieferbar ist.

TomTom

Mehr zu kämpfen hat der niederländische Hersteller TomTom. Im dritten Quartal konnte ein Umsatz von 429 Millionen Euro erreicht wer-

den, das ist aber nur ein minimaler Anstieg gegenüber 2007, als es 427 Millionen waren.

Im dritten Quartal 2008 verkaufte TomTom 2,53 Millionen Geräte, das sind 17 Prozent mehr als im gleichen Quartal des Vorjahres. Der nur minimal erhöhte Umsatz liegt also in erster Linie an den sinkenden Preisen für die Navis. Der Durchschnittspreis für ein TomTom-Navi beträgt 136 Euro ohne Mehrwertsteuer beziehungsweise 162 Euro mit. Im Vorjahr waren es noch 184 (ohne MWSt.) oder 219 Euro (mit MWSt.).

Der erwirtschaftete Gewinn betrug im dritten Quartal 92 Millionen Euro, nach Steuern bleiben davon 58 Millionen. Das ist jeweils ein Drittel weniger als im Vorjahreszeitraum.

TomTom geht außerdem davon aus, dass man im laufenden Kalenderjahr zwischen 12 und 13 Millionen Navigationsgeräte verkaufen wird. Der Absatzmarkt in Europa und in den USA ist dabei praktisch identisch: Jeweils 18 Millionen Geräte hält TomTom-Chef Harold Goddijn für realistisch für das fast abgelaufene Jahr.

Direkter Vergleich

Im direkten Vergleich hat Garmin weit mehr Navigationsgeräte abgesetzt als TomTom. In den ersten drei Quartalen verkauften die Amerikaner 10,6 Millionen Geräte, davon alleine 3,9 Millionen im dritten Quartal. Die Niederländer kamen auf 7,6 Millionen Navis, davon im zurückliegenden Quartal nur 2,5 Millionen.

Mit diesen Verkäufen konnte sich Garmin laut Canalis 35 Prozent vom weltweiten Navi-Kuchen abschneiden, für TomTom blieben 29 Prozent. Die beiden beliebtesten Marken vereinen also 64 Prozent auf sich! Mit bescheidenen 9 Prozent der Dritte im Markt ist Mio, unter anderem auch mit dem Markennamen Navman.

In Deutschland führt nach wie vor TomTom vor Becker, Garmin und Medion. Becker ist allerdings leider nur eine lokale Größe, denn außerhalb Deutschlands haben diese Navigationsgeräte praktisch keine Bedeutung.

(Gerhard Bauer)

US-Kurse umgerechnet zu einem im dritten Quartal mittleren USD-EUR-Kurs von 1,48

er eine gute Navigations-Software mit den dazugehörigen digitalen Landkarten kauft - für eine monatliche Pauschale oder für einen Kaufpreis, der definitiv in den Regionen brauchbarer Navigationsgeräte liegt. Dann fehlen aber immer noch die technischen Vorteile des Navis:

- Großes Display
- Einfache Eingabe per Touchscreen
- Stabile Autohalterung
- Auch bei hoher Lautstärke gut verständlicher Lautsprecher
- Rechenleistung für dreidimensionale Ansichten
- Schnelles Rerouting bei Streckenabweichungen
- Akkukapazität für mehrstündige Fahrten ohne Kabel
- Einbindung von Verkehrsfunkinformationen (Was nicht heißen soll, dass jedes Navi diese Voraussetzungen erfüllt.)

Die Canalis-Meldung hat wie gesagt Staub aufgewirbelt, und genau das war wahrscheinlich ihr Zweck.

Verkaufszahlen des dritten Quartals

Unterschiedlich erfreulich verlief das dritte Quartal aus Sicht der beiden Marktführer Garmin und TomTom. Während der amerikanische Hersteller seinen Gewinn wieder ausbauen konnte, mussten die Niederländer abermals einen Verlust einräumen.

Zunächst aber zu Garmin. Verglichen mit dem gleichen Quartal 2007 wuchsen die weltweiten Umsätze um 19 Prozent von 729 auf 870 Millionen US-Dollar (587 Mio. Euro). Wie gewohnt machte der Automobil-Bereich den größten Anteil aus. Er stieg sogar um 21 Prozent auf 626 Millionen USD-Dollar (422 Mio. Euro). Der Outdoor- und Fitness-Umsatz stieg um 35 Prozent auf 119 Millionen (80 Mio. Euro) und die Geräte für den Einsatz in kleinen und mittleren



◀ **Mit dem Garmin Nüvi 7x5 bringt der amerikanische Hersteller nun auch dreidimensionale Ansichten von Sonderzielen oder markanten Punkten**