

GPS im Fahrradbereich legt deutlich zu:



»Sie haben das Umsatzziel erreicht«

Preiswerter, schicker, benutzerfreundlicher: Navigation fürs Fahrrad nähert sich dem Durchbruch. Auch der Fahrradhandel kommt an diesem Geschäftsfeld immer weniger vorbei. Hier können Sie Ihr Wissen »update«.

Der Markt für digitale Navigation ist zum Milliardengeschäft geworden. Nokia übernahm den Navigationsdatenanbieter Navteq für 5,1 Milliarden Euro, und Tom Tom kaufte den Navteq-Rivalen Tele Atlas für 2,9 Milliarden Euro. Die elektronischen Karten von Navteq und Tele Atlas finden sich in fast allen Kfz-Navigationsgeräten wieder. Von den mobilen Kfz-Navis wurden im vergangenen Jahr alleine in Deutschland 3,2 Millionen Stück abgesetzt, Tendenz steigend.

In Deutschland führt Tom Tom den Kfz-Markt an, doch international hat Garmin bereits überholt. Für das erste Quartal 2008 meldete Garmin mit 664 Millionen US-Dollar einen Umsatzanstieg von 35 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Stärkster Wachstumsbereich blieb dabei die mobile Straßennavigation, doch steigerte sich auch der Outdoor- und Fitness-Bereich um 16 Prozent auf 71 Millionen US-Dollar.

Garmin möchte keine genauen Zahlen nennen für Deutschland, einem der stärksten Märkte im Outdoor-Bereich, aber man ist hochzufrieden.

Marc Kast, PR-Manager bei Garmin Deutschland: »Der Absatz entwickelte sich wesentlich besser, als wir erwartet hatten.« Garmin führt den Erfolg unter anderem auf die deutlich gesunkenen Preise für die GPS-Geräte zurück.

Abschied von der 600-Euro-Klasse

Auf der OutDoor 2007 kündigte Garmin mit dem Edge 605/705 eine neue Gerätegeneration an, die allerdings ungewöhnlich lange auf sich warten ließ und erst im Frühjahr 2008 ausgeliefert wurde. Kurz vorher, im Februar, lancierte Garmin überraschend ein vollkommen neues Modell, den Colorado, der mit seinem neuen Bedienkonzept über ein Scrollrad, 3D-Funktionen, große Speichermöglichkeiten und vor allem durch sein elegantes Aussehen die Blicke der Szene auf sich zog.

Doch dann zeigte sich die Outdoor-GPS-Szene enttäuscht, wies doch das vermeintliche Traum-Gerät deutlich weniger Navigationsfunktionen auf als die bewährten Vorgängermodelle Map 60 CSX und Vista HCX; zudem hatte es ein dunkles Display und vor allem eine kurze Akkulaufzeit. Selbst traditionelle Garmin-Partner fragten auf ihrer Website, warum Garmin USA vor der Markteinführung neuer Geräte nicht einmal einen Entwicklungsingenieur nach Deutschland schicken würde.

Bei Garmin läuteten die Alarmglocken, und innerhalb kurzer Zeit standen mehrere Updates bereit. Dann kam es zu mehreren Preissenkungen: Jetzt liegt der einst mit 600 Euro eingeführte Colorado bei 399 Euro Listenpreis.



Stefan Mayrhofer freut sich über den Einsatz des Garmin-Teams bei der Tour de France. Im Hintergrund ein Bild des Milram-Teams, das schon früher mit der Edge-Serie ausgestattet worden war.

Volker Fezer, Geschäftsführer von Bikes 'n More in Schorndorf: »Wir mussten unseren Kunden erklären, warum sie noch vor kurzer Zeit so viel mehr für die Geräte bezahlen mussten, dazu die ständig notwendigen Updates.« Die Erklärung von Garmin zu den Preissenkungen: »Wir haben uns der Marktsituation angepasst.« Denn oft genug ließen sich die Kunden vom

Fachhändler beraten und hielten ihm dann eine Internet-Preisliste unter die Nase.

Karten versüßen das Geschäft

Doch inzwischen sind die Garmin-Händler mehr als zufrieden, denn die Preisstrategie kommt bei den Kunden voll an. Fezer: »Von Ostern bis Mitte Juli 2008 haben wir fast 300 Edge 705 verkauft.« Ein schönes Geschäft bei einem Verkaufspreis von über 400 Euro pro Edge. Noch schöner, wenn man bedenkt, dass zu fast jedem kartenfähigen Garmin-Gerät auch eine digitale Karte verkauft wird. Renner hierbei sind die Topo Deutschland für 199 Euro, die vor allem von Tourenradlern und Mountainbikern genommen wird, und die City Navigator für 157 Euro, die durch ihre Konzentration auf Kfz-Straßen bei Rennradlern und Auslandsurlaubern geht.

Doch der Preis ist nicht alles. Garmin stattete Mitte vergangenen Jahres seine bewährte »Etrex«-Serie mit hochsensitiven GPS-Chips aus. Damit hat selbst das einfachste Gerät, der gelbe Etrex H für inzwischen 88 Euro, denselben hervorragenden Empfang wie die Spitzenmodelle, bei zugleich niedrigerem Stromverbrauch. Empfangsprobleme unter Laubwald oder im Gebirge gibt es kaum noch.

Als Preis-Leistungs-Sieger im Outdoor-Bereich gilt inzwischen der Etrex Vista HCX (229 Euro), der fast dieselben Navigationsfunktionen aufweist wie der vormals führende Garmin Map 60 CSX (327 Euro).

Lifestyle-GPS läuft

Die erste – und vielleicht auch bei den neuen Käuferschichten entscheidende – Kauflust bei GPS-Geräten wird aber offensichtlich durch attraktives Outfit geweckt. Die vorherigen Generationen der GPS-Geräte boten genug Technik, waren aber zu klobig, vor allem fürs Rennrad. »Wer will schon einen Ostferner am Lenker?«, hieß es da im Kundenkreis. Der neue Edge macht nun eine sehr gute Figur: leicht, elegant und sportlich, dazu noch mit Navi-Funktionen, das reizt.

»Der Must-have-Reiz beim schicken Colorado ist unheimlich groß«, so **Peter Grote, Geschäftsführer** beim Ausrüsterladen »Unterwegs« in **Münster**, »hinzu kommt die subjektiv einfachere Bedienung.« Hatte schon der Colorado mit seinem »Rock n'Roller« genannten Drehrad die Kunden zu spontanem Ausprobieren motiviert, so setzt Garmin beim Nachfolger »Oregon«, der zur Outdoor 2008 in Friedrichshafen vorgestellt wurde, erstmals einen Touchscreen ein. Das einfache Tippen mit dem Finger auf dem Bildschirm nimmt dem Erstnutzer die Angst vor undurchsichtiger



Magellans neues Flaggschiff Mobile Mapper vereint die Qualitäten eines Magellan-Outdoor-Gerätes mit dem offenen Betriebssystem Windows Mobile 6.0. Er kann mit mobilen GIS-Programmen ausgestattet werden und ist Bluetooth- und WLAN-fähig. Mit der Nutzung von Korrektursignalen (DGPS) erreicht er eine Genauigkeit von unter einem Meter; hierzu sind allerdings Zusatzmodule notwendig.



Michael Freudenreich von Magellan.

Technik. Der »iPhone-Effekt« funktioniert: tolles Design, einfache Bedienung, attraktive Technik.

GPS selbst nutzen

Doch auch die besten GPS-Geräte verkaufen sich nicht von alleine. **Stefan Lenzen** von **Rad-sport Lenzen** in **Aachen**: »Wir fahren selbst mit den Geräten. Anfangs muss man sehr viel Zeit investieren.« Aber schon nach zwei Jahren als Garmin-Händler ist er mehr als zufrieden mit dem Ergebnis. Das Erfolgsrezept lautet also: Wer selbst anwendet, kann auch gut beraten und verkaufen.

Radrouting 4.0

Die schönsten Radfernwege und Radtouren

Aktuelle Radsoftware auf DVD



GPS-tauglich

- 60.000 km getesteter Strecken
- Über 400 Radfernwege und ausgewählte Radtouren
- Bundesweite amtliche Kartengrundlagen für PC und Pocket PC (1:50.000; 1:100.000; 1:200.000; 1:500.000; 1:3.200.000)
- Freie Routingfunktion zum Erstellen individueller Radtouren
- Komfortabler Radreiseplaner
- Streckenbeschreibungen
- Ausführliche Literatur- und Kartenhinweise
- Windows-Software für PC und Pocket PC

<http://www.bva-bielefeld.de/radrouting>
 bestellung@bva-bielefeld.de
 Tel. 0521/595-540
 Fax 0521/595-559
 Artikelnummer 990 791
 ISBN 978-3-87073-448-0

BVA - Bielefelder Verlag
 GmbH & Co.KG
 Ravensberger Straße 10F
 33602 Bielefeld



www.bva-bielefeld.de



Oregon – Garmins neue Serie

10. Juli 2008, 14 Uhr, Garmin-Zentrale in Gräfelfing bei München. Die Garmin-Manager präsentieren stolz das neue Garmin GPS-Gerät – den »Oregon«. RadMarkt-Mitarbeiter und GPS-Spezialist Thomas Froitzheim war der Erste, der das Outdoor-Flaggschiff in die Hand bekam. Thaler ist überzeugt: »Mit dem neuen Touchscreen haben wir nun eine einfache, selbsterklärende Technik, die auch Technikmuffel begeistern wird.«

Die technischen Details ähneln dem Colorado 300 (10.000 aktiv speicherbare Trackpunkte, 1.000 Wegpunkte, 50 Routen, 20 gespeicherte Tracks à 10.000 Punkte). Sämtliche Oregon-Modelle sind karten- und routingfähig und verfügen je nach Modell über barometrischen Höhenmesser und elektronischen Kompass, drahtlose Datenübertragung zu anderen Oregons sowie Anschlussmöglichkeiten von Puls- und Trittfrequenzmessern.

Eine neue Hotfix-Funktion soll die Positionsbestimmung noch schneller ermöglichen. Der interne Speicher wurde bei den Spitzenmodellen mit bis zu 850 MB stark erweitert. Karten- und Trackdaten finden zusätzlich auf einer Micro-SD-Karte Platz (statt der SD-Speichereinheit beim Colorado). Der Chip liegt wie beim Map 60 CSX wieder unter den Batterien.

Den Oregon gibt es in drei Varianten (200, 300 und 400), die sich vor allem in Speicher- und Kartenausstattung unterscheiden. Das Flaggschiff, der Oregon 400, verfügt über 512 MB internen Speicher (bei bereits geladener Karte) und besitzt eine neue topographische Europa-Karte (»Topo Europa«) im Maßstab 1:100.000. Kostenpunkt: 349 bis 529 Euro.



Produktmanager Manfred Thaler präsentiert erstmals das neue Garmin-GPS-Flaggschiff »Oregon«.

Die großen Touchscreen-Felder machen Lust aufs Ausprobieren der Funktionen. Sehr sinnvoll: Die wichtigen Funktionen Tracks, Routen und Waypoints sind jetzt direkt im Hauptmenü auswählbar.

Für die Fachhändler, die früh auf den GPS-Zug aufgesprungen sind, scheint sich die Mühe gelohnt zu haben. Einige Händler haben sich in der Region einen Ruf als GPS-Spezialisten erworben, erhalten Kundenzulauf auch über andere Kollegen. **Feine Räder Bielefeld**, im Vorjahr noch GPS-abstinent, hat inzwischen drei Geräte im Schaufenster liegen. »Die Nachfrage ist da, und wir mussten zunehmend erklären, warum wir keine GPS-Geräte im Angebot haben. Also haben wir begonnen, uns einzuarbeiten.« Nach Meinung von **Mitinhaber Udo Schwarz** werde das Geschäft Weihnachten erst richtig loslegen.

Robert Antretters Geschäft liegt in der Nähe von Rosenheim, am Bodensee-Königssee-Radfernweg. Nach den Mountainbikern als Protagonisten sieht er nun eine verstärkte Nachfrage bei den Tourenradlern und auch im Rennradbereich nach GPS-Anwendungen. Auch sein Kollege **Hermann Zellner** in **Bad Reichenhall** bestätigt einen »eindeutig zunehmenden Trend«. Noch enthusiastischer zeigt sich **Alexander Buck**, **Inhaber** von **Sport Buck** in **Kempten**: »Die Zukunft im Lauf- und Radbereich liegt im GPS.« Der Trend ist »wahnsinnig steigend«. Buck war live bei der Tour de France dabei, wo zwei Teams

mit Garmin-Geräten führen. Die Fahrer seien vom Geräteeinsatz begeistert, so Buck. Garmin-Geräte erobern auch andere Märkte. Vor allem Anbieter reiner Sportgeräte, wie Polar, würden dies zu spüren bekommen, nach Buck »haben die sich zu lange als Platzhirsch ausgeruht«.

Der älteste GPS-Kunde ist über 90

Auch die GPS-Kundschaft scheint sich geändert zu haben. Fezer registriert neue Käuferschichten: »Waren es noch im Vorjahr die über 40-Jährigen, so sehen wir jetzt auch unter 30-Jährige als Kunden.«

Nach wie vor werden aber die älteren Semester als Hauptkundschaft für den GPS-Bereich gesehen, und das Pendel scheint auch auf der anderen Seite auszuschlagen. **Horst Haeske** von **Pedalwirbel** in **Bochum**: »Mein ältester GPS-Kunde ist über 90, zwei sind über 80.«

Tobias Buschmeier von **Pump Up** in **Herzbrock-Clarholz**: »Alle Kunden, die höherwertige Räder besitzen, fragen mich inzwischen danach.« Große Nachfrage besteht auch nach Stromversorgung über den Nabendynamo. Für Buschmeier steht bei der Angebotsgestaltung zu sehr der sportliche Radfahrer im Marketing-Vordergrund.

Außerdem seien Software und Geräte immer noch zu kompliziert zu bedienen, es fehle an gut ablesbaren Displays. »Garmin sollte mal die Endfünfer als Entwicklungsgruppe nehmen. Was die kapierten, checken alle. Und die wollen das Zeug auch haben.«

Magellan wieder im Markt

Garmin hat nach eigenen Angaben in Deutschland inzwischen einen Anteil am Outdoor-Markt von mehr als 90 Prozent. Mitbewerber Magellan hatte sich lange Zeit rar gemacht und präsentiert sich nun mit einer komplett neuen Serie an Outdoor-Geräten und der neuen Software »Vantage Point«. Bereits im Juli 2007 auf der OutDoor angekündigt, erschienen die neuen »Tritons« erst im Mai/Juni 2008 auf dem deutschen Markt, hatten ähnlich wie Garmin zunächst mit Update-Problemen zu kämpfen. Die neuen Triton-Geräte liegen zwischen 150 und 600 Euro, haben einen hochempfindlichen Sirf-III-Chip und Farbdisplays – und sind sämtlich kartenfähig. Die Spitzengeräte Triton 1500 und 2000 besitzen einen Touchscreen und sind durch Lautsprecher und Mikrofon multimediafähig. **Michael Freudenreich** vom Vertrieb der **PPM GmbH** (Magellan-Vertretung Deutsch-

land): »Magellan ist weniger lifestyle-, sondern mehr nutzerorientiert.«

Auch im Kartenangebot will sich Magellan von den Mitbewerbern absetzen, denn die neuen Geräte sind auch rasterkartenfähig, und man möchte mehr mit Fremdanbietern zusammenarbeiten. »Für unsere Karten sind keine umständlichen Freischaltprozeduren notwendig«, so Freudenreich. »Die Lizenz bezieht sich auf die SD-Karte, auf der die jeweilige Karte vorinstalliert ist. Diese SD-Karte ist geräteunabhängig, ihre Kartendaten können auch auf den PC übertragen werden.« So gibt es für Deutschland die neue »Topo High Definition«, die Feld- und Waldwege in mehreren Klassen und Befahrbarkeitsstufen darstellt (Deutschland Süd und Nord zu je 149 Euro). Eine neue »Topo Standard« ist etwas weniger detailliert, umfasst aber Deutschland, Österreich und die Schweiz – für 129 Euro.

Spannend wird die Entwicklung der neuen GPS-Handys. Nokia rechnet in diesem Jahr mit 35 Millionen verkauften Modellen, die ein GPS-Modul integriert haben. Bis zum Jahresende sollen bereits 30 Nokia-Modelle über Navigations-Funktionalität verfügen. Mit der Software »ape@net« können sämtliche digitalen Karten des Kompass-Verlages auf java-fähige Handys (darüber verfügen die meisten) übertragen werden. Ob Handys allerdings die Outdoor-GPS-Geräte ersetzen können, bleibt fraglich. Zwar hat sich der Empfang verbessert und vielleicht wird es auch bald wasser- und stoßfeste Varianten geben, aber Display und Tastaturen sind meist sehr klein, im Sonnenlicht schlecht abzulesen, und die Akkuladung hält derzeit kaum eine Radtour durch. Garmin hat für das nächste Jahr sein »Nüvifon« angekündigt, ein Business-Handy, natürlich mit Navigationsfunktionen.

GPS beim Discounter?

Werden sich die GPS-Geräte bald schon bei den Discountern wiederfinden? **Stefan Mayrhofer, Garmin Key Account Outdoor and Sports:** »Garmin setzt nach wie vor auf den Fachhandel als Vertriebskanal. Wir machen die Händler fit und werden in Zukunft noch mehr Schulungen anbieten.« Für Fachhändler gibt es verkaufsförderndes Material sowie eine spezielle Service- und Supporthotline. Michael Freudenreich von Magellan: »Wir bieten Händlerschulungen an und schulen den Fachhändler und seine Mitarbeiter vor Ort.



Endkunden können über eine 0800-Nummer kostenlosen Support erhalten.« Schnelle Belieferung des Fachhandels sowie geringe Mindestbestellmengen gehören zum System. »Wir wollen speziell den kleinen, aktiven Fachhändler fördern.«

Wermutstropfen Karten

Wären die GPS-Geräte immer preiswerter werden, bleiben die Karten teuer. Dem Nutzer bleiben wenige Alternativen, denn Garmin und Magellan lassen nur eigene Karten auf ihren Outdoor-Geräten zu. Wer im Ausland unterwegs ist, kann schnell den mehrfachen Gerätepreis bezahlen, denn gerade die digitalen Karten für die Schweiz (299 Euro) und für Frankreich (11 CDs zu je 145 Euro) gehen richtig ins Geld. Im Internet finden sich schon die ersten freien, selbst gezeichneten Karten für Garmin-Geräte, die aber in der Präzision und vor allem in der Flächenabdeckung für den Fahrradbereich noch nicht mit den käuflichen Karten konkurrieren können.

Für die Planung am PC sieht es schon besser aus. Garmin deckt mit »Deutschland Digital« das Bundesgebiet auf topographischen Karten 1:50.000 und 1:25.000 ab, für 99 bis 149 Euro. Wer noch 50 Euro drauflegt, erhält bei Magic Maps ebenfalls ganz Deutschland in 1:25.000 (199 Euro), kann damit aber auch seine Radtouren auf über 90.000 Kilometern Streckennetz ausrechnen lassen. Die Touren stammen aus dem Tourenportal des ADFC. Für das GPS-Programm Touratech QV gibt es die bundesweite 1:25.000er schon für 99 Euro, als neues Bundle mit der TTQV-Standard-Version für 199 Euro. Auch der Bielefelder Verlag bietet eine Tourenplaner-Software mit 50.000 Kilometern Radfernwegen. Die ausgearbeiteten Touren können auf GPS-Geräte überspielt werden. Preis: 39, 80 Euro.

Gesucht: digitale Fahrradkarten und einfache Bedienung

Stefan Lenzen's Ausblick: »Richtig interessant wird es, wenn die Kollegen aus dem Fahrradbereich, wie Sigma oder Ciclosport, auch GPS-Geräte herstellen und die Geräte dann um die 100 Euro kosten.« Aber der vordringliche Wunsch besteht vor allem nach speziellen, routingfähigen Karten im Fahrradbereich. Und nach einer einfachen Bedienung von Geräten und Software. Da sind das iPhone und die Kfz-Navigation noch deutlich voraus. |

Text/Fotos: Thomas Froitzheim

Das gesamte Fahrradwissen als Fernlehrgang:

- ● Bequem lernen von zu Hause
- ● 26 Lehrbriefe
- ● Know-how für den Fahrradeinzelhandel
- ● Fernprüfung und Abschlusszertifikat
- ● Werkstatt, Verkauf, Marketing und Service kompetent aufbereitet

