GARMIN.

Die Marketingexpertin Simone Weber konzentriert sich auf die Entwicklung der Marke Garmin und den POS.

05.04.2018 13:00 CEST

Simone Weber übernimmt Garmin DACH Marketingleitung: Markenentwicklung und POS im Fokus

München, 5. April 2018 – Seit dem 1. März ist Simone Weber für die Gesamtmarketingaktivitäten von Garmin in der DACH-Region verantwortlich. Sie kommt vom Grillexperten Weber, bei dem sie die letzten Jahre die Marketingleitung innehatte. Im Fokus ihrer Arbeit steht die Weiterentwicklung der im Mai 2016 gelaunchten #BeatYesterday Marketingstrategie, mit der Garmin seinen Wandel von der Technik- zur Active Lifestyle-Marke startete und seine Markenbekanntheit deutlich steigern konnte. Darüber hinaus treibt Weber als ausgewiesene Expertin im Bereich POS die Neuausrichtung der Marke im Handel voran. Weber folgt auf

Daniel Stadtmann, der nach sieben Jahren das Unternehmen im September letzten Jahres verließ.

Wichtige Informationen zu Simone Weber:

- Seit 1. März 2018: Leitung Marketing DACH
- Frühere Stationen u.a. bei Weber-Stephen Deutschland (zuletzt als Marketing Director Germany), Yogi Tea und Paulaner Brauerei
- Fokus-Themen: Ausbau der Markenbekanntheit, Positionierung der Marke im Lifestyle-Segment und am POS

Bevor Simone Weber zu Garmin kam, war die 38-jährige Diplom-Betriebswirtin mit Schwerpunkt Marketing in verschiedenen Positionen für die Weber-Stephen Deutschland GmbH tätig, zuletzt als Marketing Director Germany. Ihre Karriere startete sie als Projektmanagerin Trade Marketing & Sales bei Paulaner und verantwortete danach das Trade Marketing in Zentraleuropa für Yogi Tea.

„Mit Simone Weber konnten wir eine ausgewiesene Marketingexpertin für unser Führungsteam gewinnen“, erklärt Kai Tutschke, Geschäftsführer Garmin DACH. „Durch ihre jahrelange Erfahrung wird sie die Weiterentwicklung der Marke Garmin gemeinsam mit ihrem 25-köpfigen Marketingteam in den kommenden Jahren maßgeblich mitgestalten.“

Neben einer stärkeren Zusammenarbeit im internationalen Umfeld sowie einem intensiven Austausch in der DACH-Region wird Weber künftig vor allem die zusätzliche Steigerung der Markenbekanntheit sowie einen überarbeiteten Auftritt am POS forcieren. Dabei wird Garmin seine Kunden von Fitness und Outdoor über Automotive und Marine in Kaufentscheidungsprozessen noch optimierter beraten und die Marke noch klarer differenzieren.

Über Garmin

Garmin entwickelt seit mehr als 25 Jahren mobile Produkte für Piloten, Segler, Autofahrer, Golfspieler, Läufer, Fahrradfahrer, Bergsteiger, Schwimmer und für viele aktive Menschen. Von Automotive über Fitness und Outdoor bis hin zu Marine und Aviation hat Garmin seit der Gründung 1989 über

190 Millionen Produkte verkauft. Über 11.500 Mitarbeiter arbeiten heute weltweit in 50 Niederlassungen daran, ihre Kunden ganz nach dem Motto #BeatYesterday dabei zu unterstützen gesünder zu leben, sich mehr zu bewegen, wohler zu fühlen, oder Neues zu entdecken. Garmin zeichnet sich durch eine konstante Diversifikation aus, dank derer Fitness & Health Tracker, Smartwatches, Golf- und Laufuhren erfolgreich etabliert werden konnten. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Schaffhausen (CH) ist in der DACH-Region mit Standorten in Garching bei München (D), Graz (A) und Neuhausen am Rheinfall (CH) vertreten. In Würzburg (D) wird außerdem ein eigener Forschungs- und Entwicklungsstandort unterhalten. Ein zentrales Erfolgsprinzip ist die vertikale Integration: Die Entwicklung vom Entwurf bis zum verkaufsfertigen Produkt sowie der Vertrieb verbleiben weitestgehend im Unternehmen. So kann Garmin höchste Qualitäts- und Designstandards garantieren und seine Kunden täglich aufs Neue motivieren.

Kontaktpersonen

Marc Kast
Pressekontakt
Head of Public Relations DACH
pressestelle@garmin.com