

GoPro forciert Direktgeschäft übers Internet Einzelhändler zu teuer

Der ActionCam Pionier GoPro will sich in Zukunft noch stärker auf den Direktverkauf an Endkunden über das Internet konzentrieren. Das ist Teil eines Maßnahmenpakets, mit dem das Unternehmen sich unter dem Eindruck der Corona-Krise restrukturiert, um seine operativen Ausgaben in 2020 um 100 Millionen US-\$ zu senken. Dafür wird GoPro auch 20 Prozent seiner Mitarbeiter entlassen. Für das kommende Jahr sollen weitere Einsparungen in Höhe von 250 Millionen US-\$ erzielt werden. Das Unternehmen hat auch vorläufige Zahlen für das erste Quartal 2020 veröffentlicht und die bisher formulierten Umsatz- und Gewinnziele kassiert.

„GoPros globales Vertriebsnetz wurde von der Covid-19 Pandemie getroffen. Das zwingt uns dazu, in diesem Jahr zu einem effizienteren und profitableren Anbieter zu werden und dabei den Schwerpunkt auf den Direktverkauf an Endkunden zu legen“, erklärte GoPro Gründer und CEO Nicholas Woodman. „Wir sind sehr betroffen, dass wir uns dafür auch von vielen talentierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern trennen müssen und werden ihnen

ewig für ihre Beiträge zu unserem Unternehmen dankbar sein.“

Der Direktverkauf an Endkunden ist für GoPro in den letzten Jahren immer wichtiger geworden. Im vergangenen Jahr verzeichnete das Unternehmen auf seiner Internetseite durchschnittlich 7 Millionen Besucher im Monat und erzielte in den besten europäischen Ländern mehr als 20 Prozent seiner Umsätze über den Webshop; in den USA waren es fast 20 Prozent. Im ersten Quartal sei der Umsatzanteil des Online-Geschäfts in allen Regionen weiter gestiegen, betonte GoPro.

Mehr Gewinn ohne Einzelhändler

„Wir haben die klare Chance, auf die Nachfrage der Endkunden nach unseren Produkten direkter und effizienter als bisher zu reagieren; und das wird sich positiv auf die Profitabilität unseres Geschäfts auswirken“, betonte Woodman.

In bestimmten Vertriebsregionen, in denen die Kunden gerne offline

oder indirekt einkaufen, will GoPro weiterhin ausgewählte Einzelhändler mit Ware versorgen. Das Internet-Geschäft soll vor allem dort, wo es bereits einen wesentlichen Umsatzanteil erwirtschaftet, konsequent ausgebaut werden.

„Wir glauben, dass ein direkter, auf die Endkunden ausgerichteter Ansatz besser zum gegenwärtigen Geschäftsklima passt und unsere Brutto-Marge verbessert“, erklärte Brian McGee, Chief Financial Officer und Chief Operating Officer von GoPro.

Für den Ausbau des direkten Endkunden-Geschäfts hat GoPro Aimée Lopic zum Chief Digital Officer, ernannt. Sie arbeitete zuletzt als Chief Marketing Officer bei Pandora und hat zuvor bei BananaRepublic.com Erfahrung im Online-Marketing gesammelt.

Die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen sei von den Maßnahmen nicht betroffen, betonte das Unternehmen.

Für das erste Quartal erwartet GoPro jetzt einen Umsatz in Höhe von 119 Millionen US-\$ und einen Absatz von 700.000 Kameras. Das würde einen Verlust von 0,30 US-\$ pro Aktie bedeuten. Nach eigenen Angaben verfügte das Unternehmen per Ende März 2020 über liquide Mittel in Höhe von 125 Millionen US-\$.



Actioncams wie die Hero 8 will GoPro jetzt möglichst ohne die Beteiligung von Handelspartnern verkaufen.