

Garmin als „Best Brand“ von 4Wheel Fun-Lesern gewählt

Garmin siegt als Lieblingsmarke mit 68,4 % im Bereich Navigation

München (Gräfelfing), 5. August 2008 — Garmin, globaler Marktführer im Bereich mobiler Navigationssysteme, wurde in der aktuellen Ausgabe des Magazin *4Wheel Fun* als "Best Brand" ausgezeichnet. Wie bereits im Vorjahr ist der Navigationsspezialist von den *4WheelFun*-Lesern zur Lieblingsmarke in der Kategorie Navigation gewählt worden. Mit überzeugenden 68,4 Prozent nimmt Garmin den ersten Platz ein und hebt sich mit deutlichem Abstand zum Feld der Mitbewerber ab.



„Wir fühlen uns sehr geehrt, dass die Leser von 4Wheel Fun Garmin so eindeutig als ihre favorisierte Marke sehen und gewählt haben“, freut sich Susanne Crefeld, Geschäftsführerin Vertrieb und Marketing der Garmin Deutschland GmbH. „Es ist eine besondere Auszeichnung, gerade aus dem Offroad-Bereich eine solch hohe Markenpräferenz zu erhalten, denn hier müssen sich Produkte im schwerem Gelände und unter härtesten Bedingungen bewähren.“

Garmin das zweite Mal zur Lieblingsmarke im Offroad-Bereich gewählt

Gemäß dem Motto „was nutzt der beste Geländewagen, wenn die richtigen Outdoor-Geräte und –Handwerkszeuge fehlen oder mangelhaft sind“ hat das Offroad-Magazin *4Wheel Fun* die Leserwahl zu den Lieblingsmarken („Best Brands“) im Bereich Ausstattung und Zubehör durchgeführt. So haben die 6.000 Leser und Offroad-Fans in insgesamt elf Kategorien ihre Lieblingsmarken gewählt. So wurden u.a „Die besten Marken 2008“ in den Kategorien Reifen, Felgen, Outdoor-Schuhe, Outdoor-Bekleidung, Beleuchtung oder Werkzeuge. Garmin wurde in der Kategorie Navigation mit überragenden 68,4 Prozent zum „Best Brand“ gewählt und verwies die Mitbewerber mit deutlichem Abstand auf die Plätze.

Garmin ist auch Aufsteiger des Jahres in Sachen Markenbekanntheit

Erst Anfang Juni wurde Garmin in der IDG-Studie *Brand Awareness International 2008* als "Aufsteiger des Jahres" ausgezeichnet. Im Produktsegment Navigationssysteme erzielte Garmin sowohl in Sachen Markenbekanntheit als auch bei der Markenattraktivität im



Vergleich zu den Mitbewerbern den größten Zuwachs. Die IDG Brand Awareness Studie basiert auf einer Erhebung unter den Lesern des Magazins PC-Welt aus den Monaten Dezember 2007 bis März 2008. Aus über 15.000 Antworten wurden quantifizierende Daten zu Markenbekanntheit und Kaufinteresse erhoben, die sich aus Fragen zu Vertrauen, Sympathie und Zuverlässigkeit von Marken aus der IT- und Unterhaltungselektronikindustrie ergaben.

Garmin hat 2007 weltweit über 12 Millionen Geräte verkauft und sich an die Spitze der Hersteller mobiler Navigationsgeräte gesetzt. Um dies zu erreichen und den ehrgeizigen Wachstumszielen gerecht zu werden, hat das Unternehmen im vergangenen Jahr eine globale Marketing-Offensive gestartet und mit gezielten Marketing- und PR-Maßnahmen daran gearbeitet, die Marke Garmin auch in Deutschland bekannter gemacht. Um für die geplanten Aktivitäten in 2008 ideal aufgestellt zu sein, erweiterte Garmin Deutschland sein Team um über 50 Prozent auf nun fast 100 Mitarbeiter.

Über Garmin

Garmin ist globaler Marktführer im Bereich mobiler Navigationslösungen für die Bereiche Automotive, Outdoor & Fitness, Marine und Aviation. 1989 von Gary Burrell und Dr. Min Kao (Garmin) gegründet, zählt das Unternehmen mit aktuell nahezu 9.000 Mitarbeitern und Standorten in den USA, Taiwan und Europa zu den erfahrensten Herstellern im Bereich GPS-Technologie. Charakteristisch für Garmin ist, dass sowohl Entwicklung als auch Produktion inhouse erfolgen. Dies trägt entscheidend zur Sicherung des hohen Qualitätsstandards bei. Produkte für die Luftfahrt fertigt Garmin in der weltweiten Firmenzentrale in Olathe, Kansas, USA. Alle Consumer-Electronic-Produkte für die Bereiche Straßennavigation, Outdoor, Sport und Marine werden in den drei Garmin Produktionsstätten Shijr, Jhongli und LinKou in Taiwan hergestellt.

Weltweit beschäftigt Garmin über 1.400 Ingenieure und sichert so die hohe technische Kompetenz innerhalb des Unternehmens. Von 1989 bis heute wurden weltweit bereits über 30 Millionen Garmin Navigationsgeräte verkauft. Garmin ist seit Gründung des Unternehmens profitabel und verzeichnet seit 2000 einen durchschnittlichen jährlichen Umsatzzuwachs von 36 Prozent.

In Europa ist Garmin mit eigenen Büros in Southampton, München, Paris, Barcelona, Mailand, Lissabon, Graz, Brüssel, Lohja und Kopenhagen vertreten. In den anderen europäischen Ländern vertreibt Garmin seine Produkte über Exklusivimporteure, die auch für den Service und Support im jeweiligen Land verantwortlich sind. Für den deutschen Markt zuständig ist die Garmin Deutschland GmbH mit Sitz in Gräfelfing bei München. Dort sind aktuell fast 100 Mitarbeiter in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Produktmanagement, Kartografie sowie Händler- und Endkundensupport beschäftigt. Die Belieferung der deutschen Händler erfolgt über das Garmin-eigene Logistik Center bei München.

Pressekontakt:

SCHWARTZ Public Relations

Susanne Häckel / Maren Seiffert
Sendlinger Straße 42A
D-80331 München
Tel.: 089-211 871-35 / - 40
Fax: 089-211 871-50
E-Mail: sh@schwartzpr.de / mas@schwartzpr.de

Unternehmenskontakt:

Garmin Deutschland GmbH

Marc Kast
Lochhamer Schlag 5a
D-82166 Gräfelfing bei München
Tel.: 089-85 83 64-925
Fax: 089-85 83 64-44
E-Mail: marc.kast@garmin.de



Web: www.schwartzpr.de

Web: www.garmin.de