

Garmin verbucht Gewinnplus im 2. Quartal 2008

Absatz steigt um 54% auf 3,9 Millionen verkaufte Navigationsgeräte

München (Gräfelfing), 1. August 2008 – Garmin, globaler Marktführer bei mobilen Navigationslösungen, verzeichnet im zweiten Quartal 2008 erneut einen Gewinn- und Umsatzanstieg. Der Pionier im Bereich mobiler Navigation kann im zweiten Quartal einen Gesamtumsatz in Höhe von 992 Mio. \$ und damit einen Anstieg um 23% verglichen mit 742 Mio. \$ im 2. Quartal 2007 erzielen.

Die Ergebnisse im Überblick

Weltweit ist der Gesamtumsatz von Garmin im abgelaufenen zweiten Quartal 2008 in den drei Produkt-Segmenten Automotive, Outdoor & Sport und Aviation gewachsen. Nur der Bereich Marine verzeichnet einen Umsatzrückgang von 11%. Der Umsatz in Nordamerika stieg im zweiten Quartal 2008 insgesamt um 27% von 455 Mio. \$ auf 576 Mio. \$. In Europa stieg der Umsatz im zweiten Quartal von 257 Mio. \$ (2007) um 19% auf 307 Mio. \$. Auf dem asiatischen Markt ging der Umsatz im letzten Quartal um 6% von 31 Mio. \$ auf 29 Mio. \$ zurück.

Stärkster Wachstumsbereich von Garmin im zweiten Quartal 2008 war der Outdoor- und Sport-Bereich mit einem Umsatzanstieg von weltweit 54% auf 119 Mio. \$. Das Wachstum im Segment Automotive betrug 24% auf 632 Mio. \$, gefolgt von der Luftfahrt mit 15% und einem Umsatz von 90 Mio. \$.

Die Bruttomarge blieb mit 45,8% verglichen mit dem zweiten Quartal 2007 (48,2%) nahezu stabil. Eine leichte Abnahme vollzog sich bei der operativen Marge, die verglichen mit 32,5% im zweiten Quartal 2007 auf 26,2% in 2008 sank. Das verwässerte Ergebnis pro Aktie verbesserte sich ebenfalls um 21% auf 1,19 \$ gegenüber 0,98 \$ im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Unter Ausschluss von Fremdwährungen konnte das Ergebnis pro Aktie um 18% von 1,00 \$ auf 1,18 \$ gesteigert werden. Das Ergebnis pro Aktie enthält 0,25 \$ in Verbindung mit einem Gewinn von 66 Mio. \$ aus der Ausschreibung der Tele Atlas N.V. Aktien

Umsatzsteigerung seit Jahresbeginn und Highlights im zweiten Quartal

Mit einem Gesamtumsatz seit Jahresbeginn von 1,58 Mill. \$ verzeichnet Garmin einen Umsatzzanstieg von 28% verglichen mit dem Gesamtumsatz von 1,23 Mill. \$ im ersten Halbjahr 2007. Alle vier Produktsegmente verzeichnen einen Umsatzzanstieg seit Jahresbeginn. So steigerten sich der Outdoor/Sport-Bereich um 38 %, der Automotive Sektor um 31%, Aviation um 17% und Marine um 4 %. Der Umsatz in Nordamerika betrug 998 Mio. \$ und wuchs um 27% gegenüber dem ersten Halbjahr 2007 (777 Mio. \$.) In Europas stieg der Gesamtumsatz um 28% von 405 Mio. \$ auf 517 Mio. \$.

Mit einer Steigerung von 54% gegenüber dem Vorjahreszeitraum wurden im zweiten Quartal 2008 insgesamt 3,9 Millionen Navigationsgeräte verkauft. Die Gesamtzahl der verkauften Geräte seit Jahresbeginn stieg um 64 % gegenüber dem ersten Halbjahr 2007. Während Garmin seinen Marktanteil in Europa auf ungefähr 20% hielt, konnte das Unternehmen seine Führungsposition in Nordamerika laut Marktstudien auf ungefähr 55% Marktanteil ausbauen, was einem Anstieg von 44% zum ersten Quartal 2008 entspricht.

Titelsponsor der Tour de France und Stärkung der Position in Europa

Im zweiten Quartal 2008 wurde damit begonnen, den Hauptproduktionsstandort in Nordamerika für den Aviation-Bereich auszubauen. Der Abschluss der Arbeiten wird für das 4. Quartal 2008 erwartet. Garmin wurde Titelsponsor des Garmin/Vhipotle Teams, das bei der Tour de France an den Start geht. Um seine Marktposition in Europa zu stärken, wurden Übernahmen der Distributoren in Belgien, Luxemburg und Finnland abgeschlossen. Weiterhin wurden Absichten verkündiget, die Distributoren in Österreich und Portugal ebenfalls in die Garmin-Familie zu integrieren. Garmin brachte im zweiten Quartal 2008 zwei neue Navigationssysteme auf den Markt, die 2x5- und 800-Reihe. Letztere Produktreihe der Premiumklasse ist mit aktiver Sprachsteuerung ausgestattet.

Die vollständige Quartalsmeldung im Original mit weiteren Aussagen von Dr. Min Kao, Chairman and Chief Executive Officer und Kevin Rauckman, Chief Financial Officer finden Sie auf www.garmin.com unter: <http://www8.garmin.com/stock/>

Anmerkung zu zukunftsbezogenen Aussagen

Diese Veröffentlichung enthält zukunftsbezogene Aussagen über Garmin Ltd. und sein Geschäft. Solche Aussagen beruhen auf den derzeitigen Erwartungen der Geschäftsleitung. Es kann sein, dass die in dieser Veröffentlichung genannten Ereignisse in der Zukunft nicht eintreten und die tatsächlichen Ergebnisse sich als Folge bekannter und unbekannter Risikofaktoren und Ungewissheiten erheblich unterscheiden, die Garmin

betreffen, darunter, aber nicht auf sie beschränkt, die Risikofaktoren, die in dem Jahresbericht für das Jahr bis zum 30. Dezember 2006 im Formular 10-K aufgeführt und von Garmin bei der Securities and Exchange Commission hinterlegt sind (Aktenzeichen: 0-31983). Eine Kopie von Garmins Formular K-10 kann bei www.garmin.com/aboutGarmin/invRelations/finReports.html heruntergeladen werden. Für zukunftsbezogene Aussagen gibt es keine Garantie. Zukunftsbezogene Aussagen gelten nur für den Zeitpunkt, zu dem sie gemacht werden, und Garmin ist nicht verpflichtet, zukunftsbezogene Aussagen öffentlich zu aktualisieren, sei es aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen.

Über Garmin

Garmin ist globaler Marktführer im Bereich mobiler Navigationslösungen für die Bereiche Automotive, Outdoor & Sport, 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

Web: www.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.garmin.de