



Garmin erzielt Rekordumsätze im 3. Quartal 2008 mit starker operativer Marge und gesteigertem Marktanteil

München (Gräfelfing), 30. Oktober 2008 – Garmin, globaler Marktführer bei mobilen Navigationslösungen, verzeichnet im dritten Quartal 2008 erneut einen Rekord- Umsatzanstieg. Der Pionier im Bereich mobiler Navigation erzielt im dritten Quartal einen Gesamtumsatz in Höhe von 870 Mio. \$ und konnte damit einen Anstieg um 19% verglichen mit 729 Mio. \$ im 3. Quartal des Vorjahres erzielen.

Die Ergebnisse im Überblick

Weltweit ist der Gesamtumsatz von Garmin im abgelaufenen dritten Quartal 2008 in den drei Produktbereichen Automotive, Outdoor & Sport und Aviation angestiegen. Der Bereich Marine verzeichnet einen Umsatzrückgang von 8%. Der Umsatz in Nordamerika stieg im dritten Quartal 2008 insgesamt um 29% von 454 Mio. \$ auf 585 Mio. \$. In Europa stieg der Umsatz im zweiten Quartal von 227 Mio. \$ (2007) um 9% auf 247 Mio. \$. Auf dem asiatischen Markt ging der Umsatz im letzten Quartal um 21% von 48 Mio. \$ auf 38 Mio. \$ zurück.

Wie bereits im zweiten Quartal 2008 war der Outdoor- und Sport-Bereich von Garmin der stärkste Wachstumsbereich im dritten Quartal 2008 und verzeichnete einen Umsatzanstieg von weltweit 35% auf 119 Mio. \$. Das Wachstum im Segment Automotive betrug 21% auf 626 Mio. \$, gefolgt von der Luftfahrt mit 9% und einem Umsatz von 81 Mio. \$.

Die Bruttomarge von 44,3% nahm gegenüber dem dritten Quartal 2007 (46,9%) etwas ab. Die operative Marge blieb mit 24,6% gegenüber den 26,2% im zweiten Quartal 2008 und 29,4% im dritten Quartal 2007 stark. Das verwässerte Ergebnis pro Aktie verschlechterte sich auf 0,82 \$ gegenüber den 0,88 \$ im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Unter Ausschluss von Fremdwährungen belief sich das Ergebnis pro Aktie auf 0,87 \$ verglichen mit 0,89 \$ im gleichen Quartal des Jahres 2007.

Weitere Umsatzsteigerung seit Jahresbeginn und Highlights im dritten Quartal

Mit einem Gesamtumsatz seit Jahresbeginn von 2,45 Mrd. \$ verzeichnet Garmin einen Umsatzanstieg von 25% verglichen mit dem Gesamtumsatz von 1,96 Mill. \$ im Vergleichszeitraum von 2007. Bis auf den Marinebereich, der wenig Umsatzbewegungen



zeigt, verzeichnen die drei anderen Produktsegmente einen deutlichen Umsatzanstieg seit Jahresbeginn. So steigerten sich das Segment Outdoor/Sport um 37 %, der Bereich der mobilen Straßennavigation (Automotive) um 27% und der Luftfahrtbereich um 14%. Der Umsatz in Nordamerika betrug 1,57 Mill. \$ und wuchs um 28% gegenüber dem Vergleichszeitraum 2007 (1,23 Mill. \$.) In Europa stieg der Gesamtumsatz um 21% von 631 Mio. \$ auf 764 Mio. \$. Das verwässerte Ergebnis pro Aktie verbesserte sich um 7% auf 2,68 \$ von 2,50 \$ im entsprechenden Zeitraum 2007. Unter Ausschluss von Fremdwährungen konnte das Ergebnis pro Aktie um 10% auf 2,74 \$ von 2,48 \$ im entsprechenden Zeitraum 2007 gesteigert werden. Das Ergebnis pro Aktie seit Jahresbeginn enthält 0,27 \$ in Verbindung mit einem Gewinn von 72 Mio. \$ aus der Ausschreibung der Tele Atlas N.V. Aktien.

Mit einer Steigerung von 43% gegenüber dem Vorjahreszeitraum wurden im dritten Quartal 2008 insgesamt 3,9 Millionen Navigationsgeräte verkauft. Die Gesamtzahl der verkauften Einheiten seit Jahresbeginn stieg um 56% gegenüber dem Vergleichszeitraum 2007 auf 10,6 Millionen Geräte.

Neue Produktpalette und Akquisition zweier Distributoren stärkt Position in Europa

Garmin hatte einige Aktivitäten durchgeführt, um den Marktanteil in Europa weiter zu stärken. So wurde im dritten Quartal eine neue Produktpalette zum Jahresendgeschäft eingeführt, u.a. mit Produkten für die nüvi® 2x5- und nüvi® 7x5-Serien, im Marinebereich wurde eine neue UKW-Funkanlagen-Produktlinie und ein Windsensor zur Ergänzung des Marine-Netzwerks zum Einsatz auf See auf den Markt gebracht. Weiterhin wurden die Akquisitionen der beiden Distributoren in Österreich und Portugal abgeschlossen sowie eine Übernahmeabsicht für den Distributor in Schweden angekündigt. Im dritten Quartal wurden auch 8,2 Millionen eigene Aktien zurückgekauft.

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://garmin.blogs.com/pr/2008/10/garmin-reports.html>.

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 & 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
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