

Garmin Deutschland erweitert Marketing-Team

Verstärkte Marketing- und Kommunikationsaktivitäten in 2008

München (Gräfelfing), 27. März 2008 – Garmin, einer der weltweit führenden Anbieter von mobilen Navigationssystemen, baut sein deutsches Marketing-Team deutlich aus. Ziel des erweiterten Teams ist es, die 2007 gestartete Marketing-Offensive im angelaufenen Jahr nochmals zu verstärken und die Marke Garmin in Deutschland durch gezielte Marketing- und PR-Maßnahmen noch bekannter und erfolgreicher zu machen. Weltweit belegte das US-Unternehmen mit über 12 Millionen verkauften Geräten in 2007 den ersten Platz unter den Herstellern mobiler Navigationsgeräte.



Tom Mühlmann
Manager MarComs

Um für die geplanten Deutschland-Aktivitäten in 2008 ideal aufgestellt zu sein und der anhaltend steigenden Nachfrage nach Garmin-Produkten gerecht zu werden, wurde bereits im Jahr 2007 ein personelles Wachstum von über 50 Prozent auf insgesamt 75 Mitarbeiter realisiert. Dazu gehört auch die in 2007 begonnenen und nun weiter fortgeführte Erweiterung des Marketing-Kommunikationsteams.

Tom Mühlmann ist seit Februar 2008 als Manager Marketing Communications bei Garmin Deutschland tätig. Er ist verantwortlich für die Entwicklung und Implementierung der Kommunikationsstrategie mit dem Ziel, die Markenbekanntheit von Garmin in Deutschland weiter zu steigern. Zu seinen Aufgabefeldern gehören neben den klassischen Marketing-Kommunikations-Kampagnen auch die Bereiche Channel-Marketing, Presse, Messen und Veranstaltungen sowie der Garmin Internetauftritt. Sein Verantwortungsbereich umfasst die Produktsegmente Automotive, Outdoor, Marine und Sport. Bevor Tom Mühlmann zu Garmin kam, war er lange Jahre in verschiedenen Positionen bei der Microsoft Deutschland GmbH, Microsoft Europe und msn tätig, sowie als Gründer und Manager eines selbständigen Internet-Portals.

Im Oktober erweiterte **Doris Nohl** als neue Trade / Channel Marketing Managerin das Marketing-Team. Frau Nohl entwickelt und implementiert in ihrer Funktion die Garmin-Positionierung innerhalb der Vertriebskanäle in den Bereichen Automotive, Outdoor, Fitness und Marine.. Frau Doris Nohl wird durch die Umsetzung von Handelsmarketing-Aktionen, wie POS, Promotions, Incentives und Partnerprogrammen, eine starke Garmin

Präsenz in den Geschäften der jeweiligen Kanäle sicherstellen. Zuletzt war Doris Nohl als Trade Marketing Managerin D-A-CH bei Logitech tätig, wo sie unter anderem die Channel Marketing Strategien verantwortete.

Seit September verantwortet **Marc Kast** als Public Relation Manager die PR-Strategie und PR-Aktionen von Garmin in Deutschland. Zugleich steuert er die von Garmin eingesetzten PR-Agenturen und kümmert sich um die Presseaktivitäten bei Messen und Veranstaltungen. Marc Kast war unter anderem als Pressesprecher für die GMX GmbH tätig, sowie als Account Director bei der internationalen PR-Agentur Weber Shandwick in München. Dort betreute er über mehrere Jahre hinweg die PR-Aktivitäten des niederländischen Navigationsanbieters TomTom.

Über Garmin

Garmin ist einer der weltweit führenden Anbieter von mobilen 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 über 8.400 Mitarbeitern und Standorten in den USA, Taiwan und Europa zu den erfahrensten Herstellern im Bereich mobiler Navigation. Charakteristisch für Garmin ist, dass sowohl Entwicklung als auch Produktion im eigenen Haus und den eigenen Produktionsstätten 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 nahezu 1.400 Ingenieure und sichert so die tiefe 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 Großbritannien, München, Paris, Barcelona, Mailand und Kopenhagen vertreten. In den anderen europäischen Ländern vertreibt Garmin seine Produkte über Exklusivimporteure, die auch für den Service und Support im jeweiligen Land zuständig sind. Für den deutschen Markt zuständig ist die Garmin Deutschland GmbH mit Sitz in Gräfelfing bei München. Dort sind aktuell über 75 Mitarbeiter in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Produktmanagement, Kartografie sowie Händler- und Endkundensupport beschäftigt, wobei das gesamte Consumer-Electronics Produktspektrum abgedeckt wird. 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

Lochamer 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