

### Mit erneutem Wachstum im dritten Quartal startet Garmin gestärkt in den Jahresendspurt

**Garmin baut seine Marktführerschaft im Wearable-Segment weiter aus und setzt mit einem Umsatzplus von 6 % seinen Erfolgskurs fort.**

**Garching bei München, 3. November 2016** – Mit einem Gesamtumsatz von 722 Millionen US-Dollar im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2016 konnte Garmin dank der erfolgreichen #BeatYesterday-Kampagne seine Marktposition weiter stärken und geht mit seinem Wachstumskurs in die Verlängerung.

#### Garmin auch im dritten Quartal wieder stark:

- Gesamtumsatz von 722 Millionen US-Dollar
- Zuwachs von 6 % gegenüber dem Vorjahr
- Umsatzwachstum von 24 % insgesamt gegenüber dem Vorjahresquartal in den Segmenten Outdoor, Fitness, Marine und Aviation (70 % des Gesamtumsatzes)
- Bruttomarge von 56,2 %, operative Gewinnmarge von 22,1 %

Mit einem Umsatzwachstum von 24 % legten die Geschäftsbereiche Outdoor, Fitness, Marine und Aviation erneut gegenüber dem Vorjahresquartal zu und trugen 70 % zum Gesamtumsatz bei. Auch bei den Gesamtbetriebskosten verzeichnete Garmin einen Anstieg um 4 % im Vergleich zum Vorjahr auf 246 Millionen US-Dollar. Nennenswert sind dabei die um 10 % gestiegenen Investitionen in Forschung und Entwicklung, die sich vorrangig auf Aviation und Active Lifestyle-Produkte in den Segmenten Fitness sowie Outdoor konzentrieren. Aufgrund der rückläufigen Werbemaßnahmen im Segment Automotive verringerten sich die Werbeausgaben insgesamt um 11 %, während die Vertriebs- und Administrationsausgaben um 3 % zulegen.

Mit dieser starken Bilanz sieht Garmin DACH Chef Kai Tutschke die Unternehmensstrategie einmal mehr bestätigt: „Wir freuen uns sehr über die äußerst positive Kundenresonanz auf unsere Produktangebote im Bereich Fitness- und Outdoor-Wearables. Auch die aktuellen Marktzahlen zeigen, dass sich unser Weg, innovative Produkte zu entwickeln, unsere Produktpalette für den Active Lifestyle zu erweitern und dabei neue Märkte zu erschließen, mehr als auszahlt. So konnten wir unsere führende Position im Segment Wearables in diesem Quartal weiter ausbauen“, resümiert der Garmin DACH Chef mit Blick auf die jüngsten GFK-Zahlen. Danach war im letzten Quartal mindestens jedes vierte gekaufte Wearable und jede dritte Smartwatch von Garmin. Auch wenn die bisherige Geschäftsentwicklung eine herausragende Jahresbilanz verspricht, will man sich bei dem GPS-Experten und Wearable-Spezialisten nicht zurücklehnen. Für das letzte Quartal gilt es nun, die Dynamik zu nutzen und sich voll auf das Weihnachtsgeschäft zu konzentrieren.

#### Fitness

Besonders stark konnte das Segment Fitness in diesem Quartal mit einem Umsatzwachstum von 32 % zulegen, was durch den gesteigerten Verkauf von Wearables mit Herzfrequenzmessung am Handgelenk sowie von Fahrrad-Produkten zurückzuführen ist. Als Produktneuheiten konnten der Forerunner 35 als smarte Laufuhr für Einsteiger sowie die vívofit Jr., dem ersten Fitness Tracker für Kinder, erfolgreich gelauncht werden. Die Bruttomarge stieg im Vergleich zum Vorjahr auf 55 %, während sich die operative Marge auf 24 % verbesserte, was das Betriebseinkommen um 68 % steigern konnte.



Blickt nach einem starken dritten Quartal positiv auf das Weihnachtsgeschäft – Garmin DACH Chef Kai Tutschke

#### Unternehmenskontakte DACH:

Garmin Deutschland GmbH  
Parking 35  
D-85748 Garching

Marc Kast (PR Manager)  
Tel.: 089-85 83 64-925  
E-Mail: [marc.kast@garmin.com](mailto:marc.kast@garmin.com)

Benedikt Braun (PR Specialist)  
Tel.: 089-85 83 64-626  
E-Mail: [benedikt.braun@garmin.com](mailto:benedikt.braun@garmin.com)

#### Pressekontakte Agentur DACH:

loeschhundiebold kommunikation gmbh  
Tegernseer Platz 7  
D-81541 München  
E-Mail: [garmin@lhb.de](mailto:garmin@lhb.de)

Kathrin Feigl (Lifestyle, Sport/Fitness,  
Outdoor, Golf, Marine)  
Tel.: 089-72 01 87 -274

Isabelle Mundt (Automotive, Smartphone)  
Tel.: 089-72 01 87 -277

## PRESSEINFORMATION

### Outdoor

Das Segment Outdoor erzielte ein starkes Umsatzwachstum von 28 % – vor allem bedingt durch den Absatz von Mobile Devices wie der kürzlich eingeführten fēnix Chronos-Linie, die innovative Sensortechnologie und hochwertige Uhrmacherkunst vereint. Die Bruttomarge stieg gegenüber dem Vorjahr auf 63 % und die operative Marge auf 35 %, was die betrieblichen Einnahmen um 32 % verbesserte.

### Marine

Der Bereich Marine konnte ein solides Umsatzwachstum von 12 % dank eines starken Sortiments von Kartenplottern, Fischfindern und Entertainment-Systemen verzeichnen. Die Bruttomarge erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr auf 57 %, während sich die operative Marge auf 15 % verbesserte, was zu einem Betriebseinkommen von 80 % führte. Das zweite Jahr in Folge wurde Garmin als Hersteller des Jahres von der NMEA (National Marine Electronics Association) in mehreren Kategorien prämiert und erhielt außerdem den renommierten IBEX Award in der Kategorie OEM Electronics.

### Aviation

Im Segment Luftfahrt erzielte Garmin trotz einer verhaltenen Marktentwicklung ein starkes Umsatzwachstum von 14 %. Haupttreiber hierfür waren die Verkaufszahlen im Bereich der Originalteile sowie der Automatic Dependent Surveillance Broadcast Systeme (ADS-B). Sowohl die Bruttomarge als auch die operative Marge waren stark mit jeweils 75 % bzw. 28 % und verbesserten gegenüber dem Vorjahresquartal die betrieblichen Einnahmen um 28 %.

### Automotive

Das Segment Automotive verzeichnete einen Umsatzrückgang von 21 %, der vorrangig im rezessiven Marktumfeld für Navigationsgeräte und in zusätzlichen Umsatzabgrenzungen begründet liegt. Die Bruttomarge verbesserte sich auf 44 % und die operative Marge blieb im Jahresvergleich konstant bei 12 %.

Weitere Informationen unter [www.garmin.com](http://www.garmin.com)

Weitere Informationen und hochauflösendes Bildmaterial gibt es unter <http://www.garmin.de/presse/>



Garmin auf Youtube: [www.youtube.com/GarminD](http://www.youtube.com/GarminD)



Garmin auf Facebook: [www.facebook.com/GarminD](http://www.facebook.com/GarminD)



Garmin auf Twitter: [www.twitter.com/GarminDach](http://www.twitter.com/GarminDach)



Garmin auf Google+: [www.google.com/+GarminD](http://www.google.com/+GarminD)



Garmin Online-Magazin: [www.beatyesterday.org](http://www.beatyesterday.org)



Offizieller Garmin Blog: [www.gps.de](http://www.gps.de)

### Über Garmin

Garmin entwickelt weltweit mobile Produkte für die Bereiche Automotive, Fitness & Outdoor, Marine und Aviation. Seit der Gründung 1989 hat Garmin mehr als 150 Millionen Produkte verkauft. Für das Unternehmen mit Hauptfirmensitz in Schaffhausen, Schweiz arbeiten heute weltweit über 11.000 Mitarbeiter in 50 Niederlassungen. Garmin zeichnet sich durch eine konstante Diversifikation aus, dank derer Bereiche wie Fitness & Health Tracker, Smartwatches, Golf- und Laufuhren erfolgreich etabliert werden konnten. In der DACH-Region ist Garmin mit Büros in Garching bei München (D), Graz (A) und Schaffhausen (CH) vertreten. In Würzburg (D) wird außerdem ein eigener Forschungs- und Entwicklungsstandort unterhalten. Ein zentrales Erfolgsprinzip ist die vertikale Integration: Die Entwicklung vom Entwurf bis zum verkaufsfertigen Produkt sowie der Vertrieb verbleiben weitestgehend im Unternehmen. So kann Garmin höchste Qualitäts- und Designstandards garantieren und seinen Kunden für die verschiedensten Anwendungen maßgeschneiderte Produkte anbieten