

Garmin meldet starke Umsätze im ersten Quartal 2016

Mit einem Umsatz von 624 Millionen US-Dollar im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2016 wächst das Volumen um 7 % gegenüber dem Vorjahr.

Garching bei München, 02. Mai 2016 – Die Geschäftsbereiche Outdoor, Fitness, Aviation und Marine trugen 69 % zum Gesamtumsatz im ersten Quartal bei. Für den weiteren Jahresverlauf sieht sich Garmin gut gerüstet.

Garmin mit starkem ersten Quartal 2016

- Gesamtumsatz von 624 Millionen US-Dollar
- Zuwachs von 7 % gegenüber dem Vorjahr
- Umsatzwachstum von 17 % insgesamt gegenüber dem Vorjahresquartal in den Segmenten Outdoor, Fitness, Aviation und Marine (69 % des Gesamtumsatzes)
- Bruttomarge von 54,5 %, operative Gewinnmarge von 16,6 %

Die Gesamtbetriebskosten beliefen sich im ersten Quartal 2016 auf 236 Millionen US-Dollar, was einem Anstieg um 2 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Die Investitionen in Forschung und Entwicklung nahmen um 2 % zu, wobei der Fokus in erster Linie auf Aviation und Active Lifestyle-Produkten für die Segmente Fitness und Outdoor lag. Die Ausgaben für Werbung stiegen um 16 % an, was vor allem einer Zunahme der Werbemaßnahmen für Wearables im Segment Fitness gegenüber dem Vorjahr geschuldet ist.

„Wir sind mit einem Gesamtumsatzwachstum von 7 % stark in das Jahr 2016 gestartet. Hinter diesem Plus stehen in erster Linie ein solides zweistelliges Wachstum in unseren Segmenten Marine und Outdoor sowie ein hohes einstelliges Wachstum in den Segmenten Fitness und Aviation“, so Cliff Pemble, Präsident und Chief Executive Officer (CEO) von Garmin Ltd. „Der Großteil des Jahres liegt noch vor uns und wir wissen, dass noch viele Herausforderungen und Unsicherheiten auf uns warten. Wir werden uns weiterhin auf Innovationen und unsere Geschäftstätigkeiten konzentrieren, um die Märkte, die wir beliefern, mit überzeugenden Produkten zu versorgen“, so Pemble weiter.

Fitness

Das Segment Fitness erzielte im ersten Quartal ein Umsatzwachstum von 9 %, das auf die Steigerung der Verkaufszahlen mit der Garmin Elevate™ Technologie innerhalb der Kategorien für Activity Tracker und Laufzubehör zurückzuführen ist. Etwas gedämpft wurde dieses Plus durch den Umsatzrückgang im Bereich Multisport. Verglichen mit dem Vorjahr fielen Bruttomarge und operative Marge auf 51 % beziehungsweise 12 %. Der Rückgang der Bruttomarge ist auf den Produktmix innerhalb des Quartals zurückzuführen. Der Rückgang der operativen Marge spiegelt die kontinuierlichen Investitionen in Werbung sowie Forschung und Entwicklung wider.

Outdoor

Das Segment Outdoor erreichte ein Umsatzplus von 33 %. Grund für diese Entwicklung waren vor allem die guten Verkaufszahlen für Wearables der Linie fenix®. Die kürzlich neu eingeführten Produkte Approach® S20 und G10 sowie TruSwing™ haben der Garmin Golf-Produktlinie neuen Aufwind gegeben – in einer Branche, die aktuell mit Schwierigkeiten zu kämpfen hat. Die Bruttomarge und operative Marge sanken gegenüber dem Vorjahr, lagen mit 61 % beziehungsweise 29 % aber immer noch auf einem guten Niveau. Die betrieblichen Einnahmen stiegen um 17 %. In diesem Quartal wurde die Übernahme von DeLorme abgeschlossen; im zweiten Quartal 2016 wird



Cliff Pemble, President und Chief Executive Officer (CEO) von Garmin Ltd.

Unternehmenskontakte DACH:

Garmin Deutschland GmbH
Parkring 35
D-85748 Garching

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

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

Pressekontakte Agentur DACH:

loeschundiepold kommunikation gmbh
Tegernseer Platz 7
D-81541 München
E-Mail: garmin@lhk.de

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

David Hofer (Automotive, Smartphone)
Tel.: 089-72 01 87 -19

PRESSEINFORMATION

DeLorme somit erstmals ein volles Quartal zum Umsatz beitragen. „Wir sind stark in das Jahr 2016 gestartet und gut aufgestellt, um unseren Plan für kontinuierliche Investitionen im Markt für Outdoor umzusetzen“, so CEO Pemble.

Aviation

Der Umsatz des Segments stieg im Berichtsquartal um 8 %, was sowohl auf Verbesserungen im Markt für Originalteile als auch im Ersatzteilmarkt zurückzuführen ist. Bruttomarge und operative Marge verbesserten sich im Vergleich zum Vorjahresquartal auf starke 74 % beziehungsweise 29 %. Die betrieblichen Einnahmen stiegen dadurch um 16 %. Im Laufe des Quartals erhielt Garmin mit den Bell-Helikoptern von AirEvac und der Sherpa-Flotte des U.S. Forest Service den Auftrag zur Belieferung von zwei Lebensrettungsorganisationen mit Luftfahrtelektronik. Darüber hinaus wurden auf dem Markt für experimentelle Luftfahrt zwei neue Produkte eingeführt, mit denen Audioqualität und zusätzliche Backup-Displays in das Cockpit einziehen.

Marine


Das Segment Marine konnte den Umsatz um beachtliche 29 % steigern. Haupttreiber dieser Entwicklung waren die starken Verkaufszahlen der Produktlinien für Kartenplotter und Fishfindern. Die Bruttomarge ging gegenüber dem Vorjahr auf 53 % zurück, während die operative Marge auf 12 % anstieg. Die betrieblichen Einnahmen stiegen deutlich um 125 %. Die kürzlich eingeführten Produkte GPSMap® 8400/8600 sind die größten Plotter, die Garmin jemals hergestellt hat. Sie verfügen über ein Display mit 17, 22, oder 24 Zoll und eine Auflösung von 1920 x 1280, was der besten am Markt erhältlichen Auflösung entspricht.


Automotive

Das Segment Automotive verzeichnete einen Umsatzrückgang von 11 %, der primär aus der laufenden Kontraktion des Marktes für Navigationsgeräte und dem Gegenwind resultiert, der durch zusätzliche Umsatzabgrenzungen entstanden ist. Die Bruttomarge betrug 44 %, die operative Marge belief sich auf 9 %. Die Auslieferung der Produktlinie von Garmin Drive-Navigationsgeräten hat begonnen und die ersten Kundenreaktionen sind positiv. Im Bereich der Originalteile konnte auf dem Gebiet Infotainment starkes Wachstum in den Regionen APAC und Naher Osten erreicht werden.


Weitere Informationen unter www.garmin.com

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

 Garmin auf Facebook: www.facebook.com/GarminD

 Garmin auf Twitter: www.twitter.com/GarminD

 Garmin auf Google+: <http://gplus.to/GarminD>

 Offizieller Garmin Blog: 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



PRESSEINFORMATION

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