

### Hochwertige Produkte bescheren Umsatzhoch

**Garmin erzielt erneute Umsatzsteigerung im zweiten Quartal. Die Erfolge lassen sich vor allem auf ein signifikantes Wachstum in den Segmenten Outdoor und Aviation zurückführen.**

**Garching bei München, 04. August 2017** – Garmin hat im zweiten Quartal 2017 in den Produktsegmenten Marine, Fitness, Outdoor und Aviation einen insgesamt Umsatzanstieg von 8% erzielt. Über alle Bereiche hinweg wurden 817 Millionen US-Dollar erwirtschaftet, was einem soliden Wachstum von 1% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Besonders durch die absatzstarke fēnix 5 Serie ist es gelungen, den soliden Wachstumstrend vom Jahresanfang fortzuführen.

#### Garmin setzt sein stetes Wachstum in Q2 fort:

- Gesamtumsatz in Q2 steigt um 1% gegenüber dem Vorjahr auf 817 Millionen US-Dollar
- Erneutes Umsatzwachstum von 8% in den Segmenten Marine, Fitness, Outdoor und Aviation im Vergleich zum Vorjahresquartal (74 % des Gesamtumsatzes)
- Bruttomarge in Q2 steigt auf 58,5% im Vergleich zu 57,0% im Vorjahr
- Operative Marge in Q2 verbessert sich auf 24,9% im Vergleich zu 24,7% im Vorjahr

Mit dem positiven Gesamttrend konnten die Bereiche Marine, Fitness, Outdoor und Aviation 74% zum Gesamtumsatz beitragen. Die Bruttomarge ist im zweiten Quartal auf 58,5% im Vergleich zum Vorjahr gestiegen, während sich die operative Marge auf 24,9 % verbessert hat. Um den positiven Trend auch künftig zu verfolgen, setzt Garmin weiterhin auf Innovationen. Daher hat das Unternehmen im Vergleich zu 2016 11% mehr Gelder in Forschung und Entwicklung investiert.

„Die Bereiche Outdoor und Aviation sind im vergangenen Quartal enorm gewachsen. Grund dafür ist die erwartete hohe Nachfrage nach Multisport-Smartwatches wie der fēnix 5 Serie,“ so Kai Tutschke, Geschäftsführer Garmin DACH. „Auch wenn die Erfolge durch den marktübergreifenden Nachfragerückgang im Bereich der ganz einfachen Fitness-Tracker etwas relativiert wurden, sehen wir uns bestärkt in unserem Kurs. Die Umsätze zeigen, dass sich unsere Investments in hochtechnologische Produkte auszahlen.“

#### Outdoor

Durch die besonders hohe Nachfrage nach der neuen Multisport-Smartwatch fēnix 5 ist der Outdoor-Bereich im zweiten Quartal 2017 um 46% gewachsen. Die Bruttomarge ist auf 66% und die operative Marge auf 38% gestiegen, was ein betriebliches Einnahmenplus von insgesamt 53% bedeutet. Neben dem erfolgreichen Vertrieb der fēnix 5 hat Garmin mit der Approach S60 eine GPS-Golfuhr im edlen Uhrendesign sowie eine neue Foretrex-Generation auf den Markt gebracht.

#### Aviation

Der Bereich Aviation konnte einen Umsatzzuwachs von 15% verzeichnen. Dies ist hauptsächlich auf den starken Aftermarket-Sale und den positiven Beitrag der OEM-Produkte zurückzuführen. Die Brutto- und auch die operative Marge waren mit 75% bzw. 32% jeweils sehr stark, sodass die betrieblichen Einnahmen um 28% angestiegen sind. Während des zweiten Quartals wurde das erste Frontscheibendisplaysystem (GHD) für integrierte Flight Decks vorgestellt.



Garmin DACH-Chef Kai Tutschke ist zufrieden, denn die Zahlen übertreffen auch im zweiten Quartal die Prognosen.

#### 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)

#### Pressekontakte Agentur DACH:

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

### Marine

Im Marine-Segment ist der Umsatz im zweiten Quartal mit einer Brutto- bzw. operativen Marge von 57% bzw. 22% um 3% gesunken. Insgesamt konnte für die erste Hälfte des Jahres dennoch ein Umsatzwachstum von 10% und ein Wachstum der betrieblichen Erträge von 9% erzielt werden. Daher bleibt die Prognose für das restliche Jahr positiv. Garmin kündigte jüngst die Übernahme von Active Corporation, einem Entwickler für crowdbasierte Inhalte für Bootsfahrer, an. Darüber hinaus wurde das neueste Marine Wearable, die quatix 5, gelauncht. Mit der GPS Wassersport-Smartwatch können Skipper den Autopiloten steuern und Wegpunkte setzen, die automatisch auf dem kompatiblen Kartenplotter gespeichert werden. Zukünftig will sich das Unternehmen hauptsächlich auf Produktinnovationen konzentrieren und Anteile im Bereich der Binnenfischerei gewinnen.

### Fitness

Der Bereich Fitness musste im zweiten Quartal einen Umsatzrückgang von 15% einbüßen. Die Bruttomarge lag bei 56%, die operative Marge betrug 21%. Grund dafür ist hauptsächlich die gesunkene Nachfrage im Bereich der ganz simplen Fitness-Tracker, was wiederum mit einem generellen Rückgang des Marktes und dem Zeitpunkt der Produkteinführungen zusammenhängt. Zukünftig möchte sich Garmin daher auf die vorhandenen Wachstumsmöglichkeiten in höherwertigen Produktbereichen konzentrieren. „Auch wenn sich das Käuferinteresse und damit unser unternehmerischer Fokus derzeit auf höherwertige Smartwatches verlagert, bleiben wir im Fitness-Tracker-Segment bei weitem nicht stehen. Schon Ende August zur IFA werden wir einige Neuheiten vorstellen,“ sagt Kai Tutschke.

### Automotive

Im Automotive-Segment sind die Umsätze im zweiten Quartal 2017 um 15% gesunken. Dies ist hauptsächlich auf den andauernden PND-Marktrückgang zurückzuführen, wird aber zum Teil durch das Wachstum in den Nischenkategorien Flotte, Kamera und RV wieder ausgeglichen. Die Brutto- bzw. operative Marge ist im Jahresverlauf auf 45% bzw. 13% gesunken, erhöhte sich jedoch sequentiell. Im zweiten Quartal 2017 hat Garmin die VIRB 360, eine kompakte 360-Grad Kamera mit automatischer, sphärischer Bildstabilisierung herausgebracht. Die neue einfach zu bedienende Actioncam nimmt Videos mit bis zu 5K/30fps auf, verfügt über vier integrierte Mikrofone und ermöglicht Benutzern den einfachen Upload ihrer Aufnahmen. Garmin hat sich zum Ziel gesetzt, die Profitabilität des Segments mit einem strengen Fokus auf Innovationen zu optimieren.

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 seit mehr als 25 Jahren mobile Produkte für Piloten, Segler, Autofahrer, Golfspieler, Läufer, Fahrradfahrer, Bergsteiger, Schwimmer und für viele aktive Menschen. Von Automotive über Fitness und Outdoor bis hin zu Marine und Aviation hat Garmin seit der Gründung 1989 mehr als 175 Millionen Produkte verkauft. Über 11.500 Mitarbeiter arbeiten heute weltweit in 50 Niederlassungen daran, ihre Kunden ganz nach dem Motto #BeatYesterday dabei zu unterstützen gesünder zu leben, sich mehr zu bewegen, wohler zu fühlen, oder Neues zu entdecken. Garmin zeichnet sich durch eine konstante Diversifikation aus, dank derer Fitness & Health Tracker, Smartwatches, Golf- und Laufuhren erfolgreich etabliert werden konnten. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Schaffhausen (CH) ist in der DACH-Region mit Standorten in Garching bei München (D), Graz (A)



## PRESSEINFORMATION

und Neuhausen am Rheinfall (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 seine Kunden täglich aufs Neue motivieren.