

Mit neuer Umsatzprognose in den Jahresendspurt

Mit erneutem Umsatzplus im dritten Quartal konsolidiert Garmin seinen bisherigen Erfolgskurs und passt seine Umsatzprognose für 2017 an. Mit signifikantem Wachstum in den Segmenten Outdoor und Aviation sowie einem starken Produktportfolio geht es nun gestärkt ins Jahresendgeschäft.

Neuhausen am Rheinfeld, 3. November 2017 – Im dritten Quartal 2017 konnte Garmin einen Gesamtumsatz von 743 Millionen US-Dollar erwirtschaften, was einem Umsatzplus von 3 % entspricht. Damit erzielte der Navigations- und Wearable-Spezialist in den Segmenten Outdoor, Aviation, Marine und Fitness sogar einen Umsatzanstieg von insgesamt 9 % und passt seine Prognosen für 2017 an. Für das Weihnachtsgeschäft möchte Garmin an den Erfolg der fēnix 5-Serie anknüpfen und mit den jüngsten Produktneuheiten, wie der vívoactive 3 mit mobile Payment, auch dem Fitnesssegment neuen Antrieb verleihen.

Garmin auch im dritten Quartal wieder stark:

- Gesamtumsatz in Q3 steigt um 3 % gegenüber dem Vorjahr auf 743 Millionen US-Dollar
- Erneutes Umsatzwachstum von 9 % in den Segmenten Outdoor, Aviation, Marine und Fitness im Vergleich zum Vorjahresquartal (75 % des Gesamtumsatzes)
- Bruttomarge in Q3 verbesserte sich auf 58,4 % im Vergleich zu 56,2 % im Vorjahr
- Operative Marge in Q3 steigerte sich auf 22,8 % im Vergleich zu 22,1 % im Vorjahr

Mit einem Umsatzwachstum von insgesamt 9 % legten die Geschäftsbereiche Outdoor, Aviation, Marine und Fitness erneut gegenüber dem Vorjahresquartal zu und trugen 75 % zum Gesamtumsatz bei. Die Bruttomarge ist im dritten Quartal auf 58,4 % im Vergleich zum Vorjahr gestiegen, während sich die operative Marge auf 22,8 % verbessert hat. Daraufhin hat Garmin seine Prognose für 2017 in puncto Gesamtumsatz von 3,04 auf 3,07 Milliarden US-Dollar erhöht. Um den Erfolgskurs halten zu können, setzt der Navigations- und Wearable-Spezialist weiterhin auf Innovationen. So hat das Unternehmen seine Investitionen für Forschung und Entwicklung um 11 % im Vergleich zum Vorjahr erneut gesteigert. Auch bei den Gesamtbetriebskosten verzeichnete Garmin im Vorjahresvergleich einen Anstieg um 7 % auf 264 Millionen US-Dollar.

„Am reinen Wachstum gemessen sind wir in den Bereichen Outdoor, Aviation und Marine in diesem Quartal am erfolgreichsten. Wir konnten das Potenzial im Smartwatch-Markt mit unserer hochspezialisierten High-Tech-Multisport-Smartwatch fēnix 5, aber auch unserer Marine-Smartwatch quatix gut ausschöpfen“, resümiert Kai Tutschke, Geschäftsführer Garmin DACH. „Auch wenn wir einen marktübergreifenden Nachfragerückgang im Bereich der einfachen Fitness-Tracker beobachten, so können wir mit unseren Smartwatches weiteres Wachstum erzielen. Sowohl die Umsätze als auch die Resonanz auf unsere jüngsten Produktneuheiten wie zum Beispiel auf die vívoactive 3 mit mobile Payment zeigen, dass sich stete Innovationen auszahlen. Das beschränkt sich für uns als Navigationspezialisten natürlich nicht nur auf das Wearable-Segment, sondern bspw. auch auf unser Fahrradsegment, in dem wir mit dem Edge 1030 und Vector 3 kürzlich zwei neue Produkte eingeführt haben“, so Kai Tutschke weiter.

Outdoor

In Anbetracht der sehr hohen Nachfrage nach der Multisport-Smartwatch fēnix 5 konnte der Outdoor-Bereich auch im dritten Quartal 2017 ein starkes Umsatzplus von 31 % verzeichnen. Die Bruttomarge ist auf 64 % und die operative Marge auf



Garmin DACH-Chef Kai Tutschke blickt nach einem starken dritten Quartal positiv in Richtung Jahresendspurt.

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

Julian Klute (PR Specialist)
Tel.: 089-85 83 64-626
E-Mail: julian.klute@garmin.com

Pressekontakte Agentur DACH:

loeschhundiepold 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

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

PRESSEINFORMATION

37 % gestiegen, was einem betrieblichen Einnahmenplus von insgesamt 38 % entspricht. Neben der fenix 5 steht vertriebsseitig der jüngst gelaunchte Tauchcomputer mit GPS im Uhrendesign Descent Mk1 im Fokus.

Aviation

Der Bereich Aviation konnte mit einem Umsatzwachstum von 16 % zulegen. 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 73 % bzw. 27 % jeweils sehr stark, sodass die betrieblichen Einnahmen um 12 % angestiegen sind. Im dritten Quartal wurde der nachrüstbare Autopilot GF 600 versandt.

Marine

Der Bereich Marine konnte ein solides Umsatzwachstum von 10 % dank eines starken Sortiments von Kartenplottern und Fischfindern verbuchen. Die Brutto- bzw. operative Marge ist auf 58 % bzw. 24 % gestiegen. Das dritte Jahr in Folge wurde Garmin als Hersteller des Jahres von der NMEA (National Marine Electronics Association) in insgesamt neun Kategorien prämiert. Außerdem konnte Garmin die Übernahme von Navionics S.p.A., einem führenden Anbieter von Navigationskarten für Seefahrer, erfolgreich abschließen. Darüber hinaus hat Garmin sein Marine Lineup für 2018 mit umfangreichen Updates für die echoMAP und STRIKER Produkte vorgestellt.

Fitness

Im Bereich Fitness lag die Bruttomarge bei 58 %, die operative Marge betrug 20 %. Insgesamt musste dieses Segment im dritten Quartal einen Umsatzrückgang von 12 % verbuchen. Grund dafür ist hauptsächlich die gesunkene Nachfrage im Bereich einfacher Fitness-Tracker, sowie der Zeitpunkt der letzten Produkteinführungen. Diese Einbußen konnten aber durch das Wachstum im Running-Segment teilweise ausgeglichen werden. Mit Blick auf das Marktpotenzial hatte der Wearable-Spezialist nicht erst im letzten Quartal angekündigt, sich zukünftig vorrangig auf höherwertige Produktbereiche zu konzentrieren – mit großem Erfolg, wie die Resonanz auf den Launch der neuen vivo-Modelle zeigt. Im Fokus steht hierbei die neue Multisport-Smartwatch vivoactive 3, die neben diversen Sport- und Smartfunktionen kontaktloses Bezahlen ermöglicht. Mit Spannung erwartet wird außerdem die Markteinführung der neuen Hybrid-Smartwatch vívomove HR, die unter dem analogen Ziffernblatt ein OLED Touchdisplay verbirgt, sowie der GPS Fitness-Tracker im Slimdesign, vívosport, mit erweitertem Funktionsumfang. Außerdem hat Garmin mit der vívofit jr. 2 einen Fitness-Tracker für Kinder mit Motiven von Disney, Star Wars und Marvel mit einer entsprechend designten Abenteuer-App auf den Markt gebracht.

Automotive

Im Automotive-Segment sind die Umsätze im dritten Quartal 2017 um 12 % 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 betrug 44 % bzw. 8 %.

Weitere Informationen unter www.garmin.com

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



Garmin auf Youtube: www.youtube.com/GarminD



Garmin auf Facebook: www.facebook.com/GarminD



Garmin auf Twitter: www.twitter.com/GarminDach



Garmin auf Google+: www.google.com/+GarminD



PRESSEINFORMATION



Garmin Online-Magazin: www.beatyesterday.org



Offizieller Garmin Blog: 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) 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.