



Blickt dank Diversifikation und weiteren Produktinnovationen positiv ins kommende Quartal: Garmin DACH-Chef Kai Tutschke

May 05, 2017 15:04 CEST

Test MK MND: Stark dank Diversifikation

Garching bei München, 5. Mai 2017 – Mit einem Gesamtumsatz von 639 Millionen US-Dollar im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2017 konnte der Wearable- und Navigationsexperte seine Marktposition dank eines diversifizierten Portfolios sowie innovativer High-Tech-Produkte weiter konsolidieren.

Garmin startet mit solider Quartalsbilanz:

- Gesamtumsatz in Q1 steigt um 2 % gegenüber dem Vorjahr auf

639 Millionen US-Dollar

- Erneutes Umsatzwachstum von 12 % in den Segmenten Marine, Fitness, Outdoor und Aviation im Vergleich zum Vorjahresquartal (75 % des Gesamtumsatzes)
- Bruttomarge in Q1 steigt auf 58,3 % im Vergleich zu 54,5 % im Vorjahr
- Operative Marge in Q1 verbessert sich auf 18,2 % im Vergleich zu 16,6 % im Vorjahr

Mit einem Umsatzwachstum von 12 % legten die Geschäftsbereiche Fitness, Marine, Outdoor und Aviation erneut gegenüber dem Vorjahresquartal zu und trugen 75 % zum Gesamtumsatz bei. Auch bei den Gesamtbetriebskosten verzeichnete Garmin einen Anstieg um 8 % im Vergleich zum Vorjahr auf 256 Millionen US-Dollar. Nennenswert sind dabei die um 13 % gestiegenen Investitionen in Forschung und Entwicklung, die sich vorrangig auf die Bereiche Wearables und Aviation konzentrieren. Während die Werbeausgaben konstant blieben, stiegen die Vertriebs- und Administrationsausgaben um 7 %.

„Wie erwartet, sehen wir einen Trend von einfachen Fitness-Trackern hin zu höherwertigen Wearables mit mehr Funktionen. Das starke Wachstum im Outdoor Segment, maßgeblich beeinflusst durch die erfolgreiche Einführung der fenix 5, unterstreicht diesen Trend“, resümiert Garmin DACH-Chef, Kai Tutschke. „Neben unserem Fokus auf Wearables hat sich in Q1 erneut die Stärke unserer Diversifikation gezeigt“, so der Garmin DACH-Chef weiter. „Neben dem Outdoor Segment konnten die Bereiche Marine und Aviation beachtlich zulegen, was ein Beweis für unsere Innovationsführerschaft in hochtechnologischen Bereichen ist, von denen andere Produktsegmente und das Garmin Eco-System konstant profitieren.“

Fitness

In Anbetracht der Marktsättigung im Bereich einfacher Fitness-Tracker, musste das Segment Fitness im ersten Quartal 2017 einen Umsatzrückgang von 3 % verbuchen. Die Bruttomarge stieg im Vergleich zum Vorjahr auf 56 %, während sich die operative Marge auf 13 % verbesserte, was das Betriebseinkommen um 11 % steigern konnte. Ursache für das stagnierende Umsatzplus waren die rückläufigen Verkaufszahlen von einfachen Fitness-Trackern, die nur teilweise durch die starken Verkaufszahlen hochspezialisierter Wearables wie der kürzlich eingeführten High-End

Multisportuhr Forerunner 935 kompensiert werden konnten. Im Bereich Wearables setzt Garmin für das nächste Quartal auf die jüngst gelaunchte vívosmart 3 im Slim-Design mit Herzfrequenzmessung am Handgelenk und innovativer Stress Tracking Funktion.

Outdoor

Im Segment Outdoor konnte der Navigationsspezialist ein starkes Umsatzwachstum von 20 % verbuchen, was vor allem auf den Absatz von Wearables wie der kürzlich eingeführten fēnix 5-Serie zurückzuführen ist, deren Top-Modell innovative Sensortechnologie und Navigationsfunktionen inklusive Kartendarstellung vereint. Die Bruttomarge stieg auf 63 % und die operative Marge auf 30 %, was die betrieblichen Einnahmen um 24 % verbesserte.

Marine

Der Bereich Marine konnte ein sehr gutes Umsatzwachstum von 26 % dank eines starken Sortiments von Kartenplottern, Fischfindern und Entertainment-Systemen verzeichnen. Mit dem neuen Fokus auf margenstarke Produkte erhöhte sich die Bruttomarge gegenüber dem Vorjahr auf 57 %, während sich die operative Marge auf 17 % verbesserte.

Aviation

Im Segment Luftfahrt erzielte Garmin im ersten Quartal ein solides Umsatzwachstum von 16 %, bedingt durch die guten Verkaufszahlen im After-Market. Sowohl die Bruttomarge als auch die operative Marge waren stark mit jeweils 74 % bzw. 31 % und verbesserten gegenüber dem Vorjahresquartal die betrieblichen Einnahmen um 27 %.

Automotive

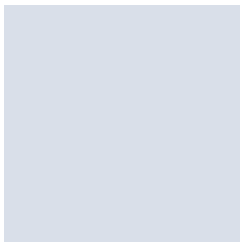
Trotz eines Wachstums im Bereich der OEM Produkte verzeichnete das Segment Automotive einen Umsatzrückgang von 19 %, der vorrangig im rückläufigen Marktumfeld für Navigationsgeräte begründet liegt. Die Bruttomarge verbesserte sich auf 44 %, die operative Marge ging im Jahresvergleich um 4 % zurück. Neben der Dash Cam 45 und 55 wurden im ersten Quartal 2017 die neue PND Drive Serie gelauncht, die mit zusätzlichen

Sicherheits- und Fahrer-Wahrnehmungsfunktionen sowie WLAN-Kompatibilität überzeugt.

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 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 seinen Kunden für die verschiedensten Anwendungen massgeschneiderte Produkte anbieten.

Contacts



Press Contact

Press Contact

frances@example.com