



Cliff Pemble, Präsident und CEO von Garmin

28.04.2021 17:53 CEST

Garmin meldet starkes zweistelliges Wachstum im ersten Quartal 2021

München, 28. April 2021 – Mit einem Gesamtumsatz von 1,07 Milliarden US-Dollar schließt Garmin das erste Quartal 2021 erfolgreich ab. Angeführt von den Bereichen Fitness, Outdoor, Marine und Automotive entspricht das einem Wachstum von 25 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Die Bruttomarge stieg auf 59,8 Prozent, die operative Marge auf 23,3 Prozent. Im ersten Quartal des Geschäftsjahres erzielt das Unternehmen ein operatives Ergebnis von 250 Millionen US-Dollar. Das entspricht einer Steigerung von 41 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal.

„Die aktuelle Dynamik in unseren Geschäftsbereichen und das Momentum,

das die Marke Garmin aktuell verspürt, führte zu einem starken zweistelligen Umsatz- und Gewinnwachstum", sagt Cliff Pemble, Präsident und CEO von Garmin. „Das Interesse an Fitness-, Gesundheits- und Active Lifestyle-Produkten war noch nie so groß wie heute. Wir sind davon überzeugt, dass wir gut positioniert sind, um aus zukünftigen Chancen Nutzen zu ziehen.“

Garmin wächst in nahezu allen Produktsegmenten

Einmal mehr bedingt durch die hohe Nachfrage nach Bike-Produkten und Wearables steigt der Umsatz des Fitnesssegments im ersten Quartal 2021 um 38 Prozent. Neben der Lily, der aktuell kleinsten und femininsten Smartwatch im Garmin-Portfolio, präsentiert das Unternehmen mit dem Powermeter-Pedalsystem Rally eine neue Produktserie von Leistungsmessern für Rennradfahrer, Mountainbiker und Gravelbiker und eröffnet sich damit neue Absatzmöglichkeiten.

Das Outdoorsegment verzeichnet ein Umsatzwachstum von 46 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Besonders hoch war die Nachfrage nach Multisportuhren. So bringt Garmin im Februar die neue Multisportuhr Enduro auf den Markt, die dank modernster Solartechnologie, stromsparendem Prozessor und einem leistungsstarken Akku im Standard-GPS-Modus 80 Stunden und im Smartwatch-Modus ganze 65 Tage durchhält. Zudem wird die Approach-Serie für Golfer unterschiedlicher Spielklassen im März um drei neue GPS-Uhren mit besonders langer Akkulaufzeit erweitert.

Der Umsatz im Luftfahrtsegment sinkt aufgrund geringerer Verkäufe von ADS-B-Produkten um 8 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Weiterhin positiv entwickelt sich das Marinesegment mit einem Umsatzwachstum von 28 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Das Ergebnis resultiert vor allem aus der starken Nachfrage nach innovativen Plottern und Panoptix™ LiveScope™ Sonar-Systemen zum Saisonbeginn. Der Umsatz im Bereich Automotive steigt global um 18 Prozent gegenüber dem Q1 2020. Gründe hierfür sind die Nachfrage nach Nischenprodukten und die Angebote für OEMs. Während des ersten Quartals erschließt Garmin mit einem neuen Offroad-Produktsortiment bestehend aus dem Tread Powersport-Navi, der digitalen Schaltbox PowerSwitch und der drahtlosen Kamera BC 40, den Powersport-Markt.

Garmin Prognose 2021

Für das Gesamtjahr 2021 geht Garmin weiterhin von einem Umsatz von ca. 4,6 Milliarden US-Dollar aus.

Wenn Sie keine Informationen mehr zu Garmin erhalten wollen, senden Sie bitte eine Mail mit dem Betreff „Unsubscribe Garmin“ an garmin-datenschutz@lhk.de.

Über Garmin

Garmin entwickelt seit über 30 Jahren innovative Produkte für Piloten, Segler, Autofahrer, Golfspieler, Läufer, Fahrradfahrer, Bergsteiger, Schwimmer und für viele aktive Menschen. 1989 von den Freunden und Luftfahrtingenieuren Gary Burrell und Min Kao in Olathe, Kansas, gegründet, ist das Unternehmen heute einer der weltweit führenden Anbieter in den Bereichen Automotive, Fitness, Outdoor, Marine und Aviation.

Rund 16.000 Mitarbeiter arbeiten heute in 80 Niederlassungen in 32 Ländern weltweit 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. Mehrere zehn Millionen Nutzer lassen sich davon täglich motivieren und inspirieren und nutzen Garmin Connect, Garmins kostenlose Plattform, um Trainingsfortschritte zu analysieren, Ziele festzulegen und zu verfolgen sowie Aktivitäten mit anderen Garmin Connect-Usern oder über soziale Medien zu teilen.

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 Flexibilität sowie Qualitäts- und Designstandards garantieren und seine Kunden täglich aufs Neue motivieren.

Kontaktpersonen



Marc Kast

Pressekontakt

Head of Public Relations DACH

pressestelle@garmin.com