



Cliff Pemble, Präsident und CEO von Garmin

27.04.2022 18:48 CEST

Guter Start in das neue Geschäftsjahr: Garmin meldet Rekordumsatz im ersten Quartal

München, 27. April 2022 – Garmin startet mit einem Gesamtumsatz von 1,17 Milliarden US-Dollar erfolgreich in das Jahr 2022. Angeführt vom starken zweistelligen Wachstum in den Segmenten Outdoor, Marine und Automotive entspricht das einem Plus von neun Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Die Bruttomarge liegt bei 56,5 Prozent, die operative Marge beträgt 19,5 Prozent. Im ersten Quartal des Geschäftsjahres erzielt das Unternehmen ein operatives Ergebnis von 229 Millionen US-Dollar. Das entspricht einem Rückgang von acht Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal.

„In einem immer komplexeren und schwierigeren Geschäftsumfeld haben wir ein weiteres Quartal mit Wachstum und Rekordumsätzen abgeschlossen“, sagt Cliff Pemble, Präsident und CEO von Garmin. „Die hohen Frachtkosten und die Hürden bei der Versorgung mit Komponenten bleiben bestehen, während mit der Stärkung des US-Dollars und der Unsicherheit, die durch Russlands Invasion der Ukraine entstanden ist, weitere Herausforderungen auf uns zukommen. In diesem dynamischen Umfeld konzentrieren wir uns nach wie vor darauf, hoch differenzierte Produkte zu entwickeln, die unsere Kundinnen und Kunden begeistern und zum Erfolg führen.“

Kai Tutschke, Geschäftsführer Garmin DACH kommentiert: „Wir bewegen uns weiterhin in einem Marktumfeld, das aufgrund globaler Herausforderungen schnelle und flexible Handlungen erfordert. Und genau darauf haben wir reagiert und uns in der DACH-Region im ersten Quartal auf Maßnahmen fokussiert, mit denen wir unsere Attraktivität als Partner für Händler sowie Kundinnen und Kunden noch weiter erhöhen. Wir haben wichtige neue Produkte auf den Markt gebracht, mit denen wir unserer Zielgruppe heute und in Zukunft einen noch aktiveren Lebensstil ermöglichen, und waren außerdem auf unterschiedlichsten Messen sowie Branchen- und Sportveranstaltungen vertreten. Ich bin überzeugt, dass die Kombination aus unserer inspirierenden Marke, unseren innovativen Produkten und dem persönlichen Austausch große Wirkung erzielen wird.“

Umsatzwachstum in nahezu allen Produktsegmenten

Im Fitness-Segment verzeichnet Garmin im ersten Quartal einen Umsatzrückgang von 28 Prozent. Ausschlaggebend hierfür ist neben dem Rückgang in allen Produktkategorien vor allem die Normalisierung der Nachfrage nach Bike-Produkten, welche pandemie-bedingt im Vorjahr sehr hoch war. Die Bruttomarge und die operative Marge liegen im ersten Quartal bei 48 bzw. null Prozent, was zu einem operativen Ergebnis von einer Million US-Dollar führt. Garmin Connect als kostenlose Plattform umfasst einen umfangreichen Bestand an Gesundheitsdaten von Millionen Nutzerinnen und Nutzern von Garmin-Produkten. Unter Verwendung anonymisierter Daten von Garmin Connect hat Garmin im ersten Quartal gezeigt, dass Menschen, die mehr schlafen, auch während des Tages ein geringeres Stressniveau haben. Darüber hinaus konnten nützliche Erkenntnisse über den Zusammenhang zwischen einem moderaten Aktivitätsniveau und einer niedrigeren Ruheherzfrequenz gewonnen werden, einem Indikator, der häufig mit verbesserter Herzgesundheit assoziiert wird. Ermöglicht werden diese Erkenntnisse durch die hochmodernen Biosensoren und Algorithmen, die in

Garmin-Wearables zum Einsatz kommen.

Im Outdoor-Segment verzeichnet Garmin ein Umsatzwachstum von starken 50 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Die Bruttomarge liegt bei 64 Prozent, die operative Marge bei 39 Prozent. Das operative Ergebnis beläuft sich auf 149 Millionen US-Dollar. Grund hierfür ist in erster Linie die hohe Nachfrage nach Multisportuhren. Hier kündigt Garmin im ersten Quartal ein umfassendes Update des Portfolios an. Darunter die fenix 7 als neues Flaggschiff-Produkt, die epix als erste Multisport-Smartwatch mit hochauflösendem AMOLED-Touchdisplay und die Instinct 2, die als Nachfolger der beliebten Instinct GPS-Smartwatch Serie ab sofort in zwei Gehäusegrößen auch als Solar-Variante erhältlich ist, welche im Smartwatchmodus nie mehr geladen werden muss (abhängig von Modell und Outdoor-Nutzung).

Im Marine-Segment steigt der Umsatz im ersten Quartal um 21 Prozent, wobei das Umsatzwachstum in mehreren Kategorien vor allem durch die starke Nachfrage nach Kartenplottern geprägt ist. Die Bruttomarge und die operative Marge liegen bei 51 bzw. 23 Prozent, was zu einem operativen Ergebnis von 59 Millionen US-Dollar führt. Mit dem LiveScope Plus erweitert Garmin das Portfolio der beliebten LiveScope Systeme für detailreiche Echolotaufnahmen in Echtzeit. Die LiveScope-Technologie von Garmin verhalf auch dem von Garmin gesponserten Angelprofi Jason Christie zum Sieg bei der diesjährigen Bassmaster Classic 2022 im März, einem weltbekannten Angeltturnier das drei Tage lang mehr als 150.000 Zuschauer verfolgten.

Der Umsatz im Bereich Automotive wächst im ersten Quartal um elf Prozent, sowohl bedingt durch OEM-Programme als auch durch Produkte für Endverbraucher. Die Bruttomarge liegt bei 38 Prozent. Dennoch verzeichnete das Unternehmen im ersten Quartal des Jahres einen Verlust von 20 Millionen US-Dollar, der auf die laufenden Investitionen im Bereich OEM zurückzuführen ist. Im Laufe des Quartals bringt Garmin mit der Instinct 2 dēzl edition seine erste Trucker-Smartwatch auf den Markt, die zu einem aktiven und gesunden Lebensstil motiviert. Gesundheits- und Fitnessfunktionen, Trucker-Workouts, einfache Pausenplanung und smarte Features machen die robuste GPS-Smartwatch zum idealen Begleiter auf der Tour und im Alltag.

Im Segment Luftfahrt wächst der Umsatz, getrieben durch den OEM-Bereich,

im ersten Quartal um ein Prozent. Die Bruttomarge und die operative Marge liegen bei 73 bzw. 23 Prozent, was zu einem operativen Ergebnis von 40 Millionen US-Dollar führt. Im ersten Quartal 2022 stellt Garmin seine erste Piloten-Smartwatch mit hochauflösendem AMOLED-Display vor. Pilotinnen und Piloten profitieren mit der neuen D2 Mach 1 in der Luft und am Boden von Luftfahrt-spezifischen Funktionen, ganztägiger Gesundheitsüberwachung, einer Vielzahl von Sport-Features und einem eleganten, robusten Design. Zudem werden weitere Zertifizierungen für den GFC 500/600 Autopiloten bekannt gegeben, wodurch die leistungssteigernden und sicherheitsrelevanten Vorteile der Flugsteuerungstechnologie für weitere Flugzeugmodelle verfügbar werden.

Ausblick 2022

Für das Gesamtjahr 2022 prognostiziert Garmin weiterhin einen Umsatz von etwa 5,5 Milliarden US-Dollar. Am 22. April 2022 ermächtigte der Verwaltungsrat das Unternehmen zudem, Aktien im Wert von bis zu 300 Millionen US-Dollar zurückzukaufen.

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

Über Garmin

Garmin entwickelt seit über 30 Jahren innovative Produkte fürs Fliegen, Segeln, Autofahren, Golfen, Laufen, Fahrradfahren, Bergsteigen, Schwimmen sowie zahlreiche weitere Aktivitäten. 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 19.000 Mitarbeitende arbeiten heute in mehr als 80 Niederlassungen in über 30 Ländern weltweit daran, ihre Kundinnen und Kunden ganz nach dem Motto #BeatYesterday dabei zu unterstützen gesünder zu leben, sich mehr zu bewegen, wohler zu fühlen und Neues zu entdecken. Mehrere zehn Millionen Nutzende 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 Kundinnen und Kunden täglich aufs Neue motivieren.

Kontaktpersonen



Marc Kast

Pressekontakt

Head of Public Relations DACH

marc.kast@garmin.com

+49 (0)89 54 1999 763



Johannes Terracciano

Pressekontakt

LHLK Agentur für Kommunikation GmbH

garmin@lhk.de

+49 (0)89 72 01 87 296