



Cliff Pemble, Präsident und CEO von Garmin

29.07.2020 17:27 CEST

Garmin: Gutes zweites Quartal 2020

Neuhausen am Rheinfall, 29. Juli 2020 – Garmin schliesst das zweite Quartal 2020 mit einem Gesamtumsatz von 870 Millionen US-Dollar ab. Das entspricht einem Rückgang von 9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Vor allem die starken Bereiche Fitness und Marine konnten negative Entwicklungen in den anderen Segmenten teilweise ausgleichen. Die Bruttomarge lag bei 59,3 Prozent, die operative Marge betrug 21,7 Prozent.

„Wir erzielten starke Finanzergebnisse in einem zweiten Quartal, das von beispiellosen Herausforderungen geprägt war,“ sagt Cliff Pemble, Präsident und CEO von Garmin. „Nach einem schwierigen April verbesserten sich die Geschäftsbedingungen aufgrund der Beliebtheit unserer Fitness-, Marine- und Outdoor-Produkte rasch. Wir sind überzeugt, diese Ergebnisse sind Ausdruck

der Widerstandsfähigkeit unseres Geschäfts und bestätigen gleichzeitig die hohe Relevanz unserer Produkte in unseren Zielgruppen.“

„Garmin ist in der DACH-Region im zweiten Quartal trotz der herausfordernden Marktbedingungen einstellig gewachsen, was auf eine gestiegene Nachfrage unserer Fitness-, Outdoor- und Marine-Produkte zurückzuführen ist. Wir haben das Ziel, mit unserer Marke und unseren Produkten Menschen zu inspirieren, ein aktives Leben zu führen. Die positive Resonanz unserer Kunden bestärkt uns in der Weiterführung unserer Strategie,“ resümiert Kai Tutschke, Geschäftsführer Garmin DACH, das zweite Quartal.

Steigende Umsätze in den Segmenten Fitness und Marine

Das Fitnesssegment verzeichnete im zweiten Quartal ein Umsatzwachstum von 17 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal, vor allem bedingt durch die starke Nachfrage nach High-End-Wearables und Bike-Produkten. Ausserdem übernahm Garmin mit Firstbeat Analytics den führenden Anbieter für physiologische Analytik im Bereich Sport, Fitness und Gesundheit. Der Umsatz aus dem Marinesegment steigt um 4 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal – einmal mehr angetrieben von innovativen Plottern und fortschrittlichen Sonarsystemen. Darüber hinaus präsentierte Garmin mit der quatix Solar im zweiten Quartal die erste Marine-Smartwatch mit Solar-Technologie. Die Umsätze im Outdoor-Segment sanken um 2 Prozent. Grund ist die rückläufige Nachfrage nach Handgeräten, die allerdings grösstenteils durch die hohe Nachfrage nach Multisport-Uhren und Tool Watches kompensiert wurde. Auch im Bereich Outdoor launchte Garmin jüngst drei mit Solar-Technologie ausgestattete Multisport-Uhren. Durch die Implementation der neuen Technologie verfügen die neuen Instinct, fēnix sowie die neue tactix Delta über eine deutlich höhere Akkulaufzeit.

Durch die negativen Auswirkungen der COVID-19 Pandemie auf OEM- und After-Market-Produktkategorien sank der Umsatz im Luftfahrtsegment um 31 Prozent. Ebenso betroffen war der Automotive-Bereich. Produktionsrückgänge der Fahrzeughersteller und eine verminderte Fahrzeugnutzung der Konsumenten führten zu einem Umsatzrückgang von 46 Prozent.

Garmin entwickelt seit 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 gegründet, hat das Unternehmen seither rund 200 Millionen Produkte verkauft und ist damit globaler Marktführer in den Tätigkeitsbereichen Automotive, Fitness, Outdoor, Marine und Aviation. Rund 15.000 Mitarbeiter arbeiten heute in 74 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. Über 35 Millionen Garmin Connect Nutzer lassen sich davon täglich motivieren und inspirieren. 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 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