



Cliff Pemble, Präsident und CEO von Garmin

27.07.2022 18:03 CEST

Garmin veröffentlicht Ergebnisse des zweiten Quartals 2022

Neuhausen am Rheinfall, 27. Juli 2022 – Garmin schliesst das zweite Quartal 2022 mit einem Gesamtumsatz von 1,24 Milliarden US-Dollar ab. Damit verzeichnet das Unternehmen einen Umsatzrückgang von 6 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Die Bruttomarge liegt bei 58,7 Prozent, die operative Marge beträgt 23,6 Prozent. Das operative Ergebnis in Q2 2022 beläuft sich auf 293 Millionen US-Dollar.

"Der Umsatzrückgang im zweiten Quartal ist in erster Linie auf die unterdurchschnittliche Entwicklung unseres Fitnesssegments zurückzuführen", sagt Cliff Pemble, Präsident und CEO von Garmin. "Nach

zwei Jahren des pandemiegetriebenen Wachstums, normalisieren sich die Märkte zunehmend. Zudem sind wir mit externen Herausforderungen konfrontiert, darunter die ungebrochene Stärke des US-Dollars, die hohe Inflation und steigende Zinssätze. Auch wenn wir unsere Umsatzprognose anpassen müssen, sind wir zuversichtlich, dass wir mit unserem innovativen Produktportfolio und unserer Diversifizierungsstrategie erfolgreich in einem sich wandelnden wirtschaftlichen Umfeld bestehen werden."

Steigende Umsätze in den Bereichen Outdoor und Aviation

Im Fitness-Segment verzeichnet Garmin im zweiten Quartal einen Umsatzrückgang von 34 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Dies betrifft alle Produktkategorien, insbesondere aber die Wearables und Bike-Produkte. Die Bruttomarge und die operative Marge liegen bei 49 bzw. 9 Prozent, was zu einem operativen Ergebnis von 23 Millionen US-Dollar führt. Im zweiten Quartal 2022 hat Garmin die Forerunner-Serie mit neuen Sport-, Trainings- und Smartwatch-Funktionen auf den Markt gebracht. Der Forerunner 955 Solar liefert Lauf- und Triathlon-Fans einen Touchscreen für die schnelle Bedienung und eine Solar-Ladelinse, die eine Akkulaufzeit von bis zu 20 Tagen im Smartwatch-Modus bietet. Beim Forerunner 255 kommen Triathlon-Unterstützung sowie Empfehlungen zur Erholungszeit neu hinzu. Zudem präsentiert Garmin die Performance-Bikecomputer-Serie Edge 1040. Dieser ist erstmals mit Solarladefunktion ausgestattet und sorgt dank Multifrequenz-Empfang (GPS, GLONASS und GALILEO) für eine noch genauere Positionsbestimmung.

Im Outdoor-Segment verzeichnet das Unternehmen ein Umsatzwachstum von 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal, das vor allem auf eine gestiegene Nachfrage nach den Multisportuhren zurückzuführen ist. Die Bruttomarge liegt bei 66 Prozent, die operative Marge bei 40 Prozent. Das operative Ergebnis beläuft sich auf 154 Millionen US-Dollar. Im Laufe des zweiten Quartals launchte Garmin mit der tactix 7 Serie eine neue robuste GPS-Smartwatch, die mit taktischen Funktionen und umfangreichen Navigationsfunktionen punktet.

Im Marine-Segment ging der Umsatz im zweiten Quartal im Vergleich zum Vorjahresquartal um 7 Prozent zurück. Dies ist in erster Linie auf Einschränkungen in der Lieferkette zurückzuführen, durch die nicht die gesamte Produktnachfrage befriedigt werden konnte. Die Bruttomarge und die operative Marge liegen bei 57 bzw. 28 Prozent. Im zweiten Quartal

brachte Garmin die neue ECHOMAP UHD2 Serie mit integriertem WiFi auf den Markt. Ebenso stellte Garmin die quatix 7 mit intuitiver Tasten- und Touchscreen-Bedienung und neuen Marine-Funktionen vor.

Der Umsatz im Bereich Automotive sinkt im zweiten Quartal um 6 Prozent. Die Bruttomarge liegt bei 40 Prozent. Im Laufe des Quartals launchte Garmin die neuen dēzl-Headsets für Berufskraftfahrerinnen und -fahrer, die bis zu 50 Stunden ununterbrochene Bluetooth-Sprechzeit ermöglichen und dank aktiver Geräuschunterdrückung auch unterwegs für klaren Sound sorgen.

Im Segment Luftfahrt steigt der Umsatz im zweiten Quartal um 13 Prozent, bedingt durch ein Wachstum im OEM- als auch im Aftermarket-Bereich. Die Bruttomarge und die operative Marge liegen im zweiten Quartal bei 72 bzw. 30 Prozent, was zu einem operativen Ergebnis von 62 Million US-Dollar führt.

Garmin passt Prognose für das Geschäftsjahr an

Aufgrund der Entwicklung des ersten Halbjahres passt das Unternehmen die Jahresprognose für 2022 an. Das Unternehmen prognostiziert einen Umsatz von ca. 5,0 Milliarden US-Dollar.

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

pressestelle@garmin.com