

Starkes Wachstum in Q4 und im Gesamtjahr 2014

Auf Erfolgskurs: Garmin schließt Geschäftsjahr mit klarem Umsatzplus ab

Garmin hat seinen Jahresumsatz 2014 um neun Prozent im Vergleich zum Vorjahr gesteigert. Der Navigationsspezialist setzte 2,87 Milliarden US-Dollar im Geschäftsjahr 2014 um. Das Fitness-Segment legte mit einem Plus von 60 Prozent am stärksten zu. Anteil am Erfolg haben auch die guten Ergebnisse des vierten Quartals sowie der höchste Jahresumsatz in der Unternehmensgeschichte im europäischen Markt.

Garching bei München, 26. Februar 2015 – Garmin wächst weiter: Das Unternehmen konnte 2014 einen Gesamtumsatz von 2,87 Milliarden US-Dollar verbuchen. Das entspricht einem Plus von neun Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Non-Auto/Mobile-Segmente Outdoor, Fitness, Aviation und Marine machten dabei 57 Prozent des Gesamtumsatzes aus. Die Brutto- und operativen Gewinnmargen stiegen 2014 im Vergleich zum Vorjahr von 53 auf 56 beziehungsweise von 22 auf 24 Prozent. Das Unternehmen konnte den Aktionären im vergangenen Jahr 602 Millionen US-Dollar auszahlen, wobei 360 Millionen US-Dollar auf die vierteljährlichen Dividenden und 242 Millionen US-Dollar auf Aktienrückkäufe entfielen.

„Durch unseren intensiven Fokus auf Innovationen konnten wir in vier aufeinanderfolgenden Quartalen ein Umsatzwachstum sowie Pro-forma-Gewinne je Aktie verzeichnen. Wir haben unsere Ertragsstärke ausgebaut und konnten dadurch neue Betriebserfolge verbuchen“, sagt Cliff Pemble, President und CEO von Garmin Ltd. „Ich bin mit dem Ergebnis für 2014 sehr zufrieden. Wir haben mit unserem Produkt-Portfolio alle Herausforderungen sehr gut gemeistert und sind für die Zukunft gut aufgestellt. Auf dem Ergebnis des vergangenen Jahres können wir aufbauen. Für 2015 erwarten wir einen Gesamtumsatz von 2,9 Milliarden US-Dollar und insbesondere ein Wachstum in den Segmenten Fitness, Marine und Aviation.“

Rekordumsatz in Europa

Garmin blickt mit einem Rekordumsatz von mehr als einer Milliarde US-Dollar auf sein erfolgreichstes Jahr im europäischen Markt zurück. Im PND-Segment konnte das Unternehmen seinen Marktanteil nach Wert von 30,3 Prozent in 2013 auf 33 Prozent steigern. Der Markt für mobile Navigationsgeräte zählt nach wie vor zu den bedeutendsten Geschäftsfeldern bei Garmin. Stärkeres Wachstum als im grundsätzlich rückläufigen PND-Markt ist künftig im Fitness-Segment zu erwarten, in dem Garmin 2014 bereits große Umsätze verzeichnen konnte.



Cliff Pemble, President und CEO
Garmin Ltd.

Erfolgreicher Jahresabschluss mit Wachstum in Q4

Das vierte Quartal trug mit einem Umsatz von 803 Millionen US-Dollar zu dem erfolgreichen Geschäftsjahr 2014 bei. Die Brutto- und operativen Gewinnmargen betragen in diesem Zeitraum 54 beziehungsweise 22 Prozent. In unterschiedlichen Produktkategorien, darunter Fitness-Tracker und Navigationsgeräte, konnte Garmin Marktanteile gewinnen.

Fitness

Das Geschäft im Fitness-Segment lief im vierten Quartal mit einem Umsatzwachstum von 70 Prozent besonders gut. Die Bruttomarge blieb mit 61 Prozent auf einem hohen Niveau, während die operative Gewinnmarge sank. Grund hierfür sind hohe Investitionen in Werbung und Aktionsflächen im Handel. Dadurch konnte Garmin als neuer Anbieter auf dem wachsenden Markt für Fitness-Tracker Präsenz zeigen. Um 2015 an den Erfolgskurs anzuknüpfen, bringt Garmin im Bereich Consumer Electronics die zwei neuen Produkte *vivoactive™* und *vívofit® 2* auf den Markt. Die GPS-Smartwatch *vivoactive* bietet Trägern mit einem aktiven Lifestyle vielfältige Möglichkeiten. Das Aktivitätsarmband *vívofit® 2* erweitert die beliebte *vívofit*-Serie um eine Hintergrundbeleuchtung und einen Vibrationsalarm.

Outdoor

Während im Outdoor-Segment die Brutto- und operativen Gewinnmargen mit 62 beziehungsweise 35 Prozent vergleichsweise hoch blieben, sank der Umsatz um acht Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Auf das gesamte Jahr 2014 gesehen konnte das Outdoor-Segment jedoch um vier Prozent gegenüber 2013 zulegen. Gründe dafür waren gute Angebote in den Kategorien Wearables und Hundetraining sowie -tracking. 2015 werden neue Produkte mit großem Funktionsumfang hinzukommen, die neue Kunden ansprechen. Dazu zählen die Multisportuhr *Fenix® 3* und die GPS-Outdoor-Uhr *epix™*, die Garmin bereits auf der Consumer Electronics Show vorgestellt hat.

Aviation

Das Wachstum von sieben Prozent im Aviation-Segment ist sowohl auf die gestiegene Nachfrage im Zubehörmarkt als auch im OEM-Markt zurückzuführen. Im Vergleich zu den vorherigen Quartalen war der Umsatz leicht rückläufig. Brutto- und operative Gewinnmargen waren aufgrund des großen Produktmix geringfügig niedriger als in den Monaten zuvor. Insgesamt stiegen die Brutto- und operativen Gewinnmargen 2014 jedoch auf 73 beziehungsweise 28 Prozent. Der Anstieg sorgte dafür, dass das Aviation-Segment 22 Prozent zum gewachsenen Nettobetriebseinkommen beitrug. Garmin hat bereits einen neuen Auftrag von Gulfstream erhalten und soll den G150 Business Jet mit dem Flugsicherungssystem nach dem Standard ADS-B ausstatten.

Marine

Zum Wachstum von 18 Prozent im Schlussquartal 2014 im Marine-Segment trugen maßgeblich die gestiegene Nachfrage nach Kartenplottern sowie die Übernahme von Fusion® Electronics bei. Die Brutto- und operativen Gewinnmargen sinken turnusmäßig im vierten Quartal in diesem Segment aufgrund der geringeren Margen bei Entertainment-Produkten und der Preisdynamik im Zubehörmarkt von Schifffahrtselektronik. Zusätzliche Absatzchancen erschließt sich Garmin durch neue Radar- und Autopilot-Angebote für seine auf dem Gebiet führende Scanner-Sonar-Technologie.

Auto/Mobile

Im Segment Auto/Mobile waren im Schlussquartal 2014 entsprechend des allgemeinen Markttrends die Umsätze rückläufig und sanken um elf Prozent. Dennoch ist der Bereich nach wie vor der Umsatzbringer mit einem Anteil von 42 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stiegen die Brutto- und operativen Gewinnmargen auf 43 beziehungsweise 17 Prozent. Während der PND-Markt insgesamt rückläufig ist, konnte Garmin global 2014 solide Profite erzielen. Daher wird das Unternehmen 2015 den Umsatzrückgang von zehn bis 15 Prozent durch eine stabile Preispolitik ausgleichen. Darüber hinaus wird Garmin mit gezielten Investitionen die Profitabilität dieses Segmentes sicherstellen. Neue Geschäftschancen erwartet Garmin durch OEM-Partnerschaften mit Mercedes und Honda.

Weitere Informationen unter www.garmin.de

Weitere Informationen und hochauflösendes Bildmaterial gibt es unter <http://www.garmin.de/presse/>



Garmin auf Facebook: www.facebook.com/GarminD



Garmin auf Twitter: www.twitter.com/GarminD



Garmin auf Google+: <http://gplus.to/GarminD>

Über Garmin

Garmin entwickelt mobile GPS-Navigationslösungen für die Bereiche Automotive, Outdoor & Fitness, Marine und Aviation. Seit seiner Gründung vor 25 Jahren durch Gary Burrell und Dr. Min Kao hat das Unternehmen mehr als 115 Millionen Navigationsgeräte verkauft. Für den globalen Marktführer mit Hauptfirmensitz in Olathe, Kansas arbeiten heute in 35 Niederlassungen weltweit über 10.000 Beschäftigte – darunter etwa 1.000 Ingenieure. Die Garmin Deutschland GmbH hat ihren Sitz in Garching bei München. In Würzburg wird außerdem ein eigener Forschungs- und Entwicklungsstandort unterhalten. Ein zentrales Erfolgsprinzip von Garmin ist die vertikale Integration: Die Entwicklung vom Entwurf bis zum verkaufsfertigen Produkt sowie der Vertrieb verbleiben vollständig im Unternehmen. So kann Garmin höchste Standards garantieren – sowohl bei der Qualität als auch beim Design der Produkte – und seinen Nutzern in jeder Lebenslage die passende Navigationslösung bieten. Diesem Anspruch folgt Garmin nun seit einem Vierteljahrhundert.

Unternehmenskontakt:

Garmin Deutschland GmbH
Marc Kast
Parking 35
D-85748 Garching
Tel.: 089-85 83 64-925
Fax: 089-85 83 64-45
E-Mail: marc.kast@garmin.com

Pressekontakt Automotive, Mobile, Golf:

fischerAppelt, relations
Jessica Raguz, Christina Tenambergen,
Michael Grisar
Waterloohain 5
D-22769 Hamburg
Tel.: 040-899 699- 576 / 578 / 387
Fax: 040-899 699- 30
E-Mail: garmin@fischerappelt.de

Pressekontakt Outdoor, Sports, Marine:

KGK – Kern Gottbrath Kommunikation
Benedikt Braun, Markus Müller, Till Gottbrath
Ungererstr. 161
D-80805 München
Tel.: 089-30 76 66-40
Fax: 089-30 76 66-50
E-Mail: garmin@k-g-k.com