

Thule Groups (publ) vd och koncernchef, Magnus Welander, kommenterar företagets första kvartal 2023

Försäljningen i kvartalet var lägre än föregående år, men på en förväntad nivå och med god lönsamhet

Försäljningen i första kvartalet var 31 procent lägre, valutajusterat, än motsvarande kvartal föregående år som var ett exceptionellt starkt första kvartal. Huvudskälet till den lägre omsättningen i årets första kvartal var en lägre försäljning av cykelrelaterade produkter till våra återförsäljare, som fortsatte sänka sina lagernivåer. Detta ska jämföras med samma period föregående år då samma återförsäljare var i en aggressiv fas av lageruppyggnad.

Koncernens lager minskade i kvartalet med 158 Mkr, vilket var i linje med våra planer. Under första kvartalet ökar vi normalt lagernivåerna betydligt inför högsäsong. Föregående år ökade lagret med 469 Mkr under första kvartalet. Den betydligt lägre produktionen innebar negativa effekter på utnyttjandegraden av koncernens produktionsenheter. Vid kvartalets utgång var hela 900 färre personer verksamma inom tillverkningen än vid samma tidpunkt 2022. Vår beprövade modell för att säkerställa flexibilitet och anpassning till olika produktionsvolymerna fungerar väl.

Trots en ofördelaktig produktmix, underutnyttjad produktionskapacitet, fortsatt generellt sett höga materialkostnadsnivåer, samt ambitiösa satsningar på framtida tillväxt uppnådde vi en EBIT-marginal om 17,2 procent i kvartalet. Detta uppnåddes tack vare prisökningar som genomfördes sommaren 2022, minskade fraktkostnader samt minskade försäljningskostnader.

Sen start på vårförsäljningen i Europa

I kvartalet minskade försäljningen i regionen med 25,6 procent, valutajusterat, jämfört med föregående år. Den lägre försäljningen berodde framförallt på lägre försäljning av cykelrelaterade produkter, som motsvarande kvartal föregående år hade exceptionellt stark försäljning inför högsäsongen. Vi upplevde även generellt ett försiktigt återförsäljarled vad gällde koncernens övriga sport och fritidsprodukter, med en ovanligt sen start på flera våraktiviteter.

De marknader som utmärkte sig positivt var Sydostasien, Japan samt Kina, där försäljningen av framförallt väskor ökade jämfört med ett svagt föregående år. Även till våra kunder i länder nära Ukraina såg vi ökad försäljning under kvartalet. I mars föregående år avstannade denna från mitten av februari på grund av Rysslands invasion av Ukraina.

Från ett produktperspektiv växte kategorierna RV Products samt Packs, Bags & Luggage.

Svagt kvartal i Region Americas jämfört med exceptionellt föregående år

I kvartalet minskade försäljningen i regionen med 45,2 procent, valutajusterat, jämfört med föregående år. Även här såg vi en markant minskad försäljning av cykelrelaterade produkter, jämfört med det första kvartalet föregående år.

Likt Region Europe & RoW såg vi en ökad försäljning inom kategorin Packs, Bags & Luggage, drivet av framgångsrika lanseringar, samt ett ökat resande till och från arbetsplatser såväl som för nöje. Även geografiskt såg vi liknande mönster, med starkare försäljning på södra halvklotet där flertalet av våra latinamerikanska marknader växte.

Stor uppdatering av thule.com, koncernens viktigaste globala kontaktyta mot konsument

I mars lanserades en uppdaterad thule.com-hemsida. Uppdateringen stöder varumärkets livsstilspositionering och innehåller förbättringar från ett användarperspektiv. Mer logisk och lättanvänd köphjälp för mer komplexa kategorier, förbättrade tillbehörsfunktioner för att skapa adderad försäljning och vårt breda produktutbud presenterat med fokus på aktiviteter istället för den enskilda produkten är några exempel.

Hemsidan kommer att driva försäljning i alla kanaler, men är speciellt viktig i den fortsatta ambitionen att öka andelen försäljning som görs direkt till konsument.

Kortsiktiga utmaningar under våren, men stark tro till vår strategi och kommande produktlanseringar

Cykelbranschen har generellt börjat minska sina höga lagernivåer, men vi ser fortsatt i april att nivåerna hos många återförsäljare är högre än vad de önskar. Kombinerat med en utmanande marknad med osäkerhet i konsumenternas efterfrågan i en orolig värld, gör att vi förväntar oss en svag början på det andra kvartalet.

Vi har dock fortsatt en orubbad tro på vår tillväxtstrategi och är övertygade om att trenden att leva aktiva liv kommer att vara fortsatt långsiktigt stark. I linje med vår offensiva strategi lanserar vi under våren en mängd nya produkter till konsument. Under vår och sommar visar vi utöver detta flera nya produkter för våra återförsäljare för försäljning i butik nästa vår.

Som kommunicerades under kvartalet kommer jag i augusti lämna över VD-skapet till nuvarande styrelsemedlemmen Mattias Ankarberg. Vårt gemensamma arbete, tillsammans med övriga i företagets ledning, för att säkerställa en smidig överlämning löper mycket väl.

Magnus Welander
Vd och koncernchef

Kontakter

Fredrik Erlandsson SVP Communications och Investor Relations

Tel: 070 309 00 21

E-mail: fredrik.erlandsson@thule.com

Om Thule Group

Thule Group är ett globalt sport- och fritidsföretag. Vi erbjuder produkter av hög kvalitet, med smarta funktioner och hållbar design som gör det lätt för människor världen över att leva ett aktivt liv. Under mottot *Active Life, Simplified.* och med ett fokus på konsumentdriven innovation och ett långsiktigt hållbarhetsperspektiv utvecklar, tillverkar och marknadsför vi produkter inom produktkategorierna **Sport&Cargo Carriers** (t.ex. takräcken, takboxar, hållare för cykel-, vatten- och vintersporter, taktält som monteras på bil), **Juvenile & Pet Products** (t.ex. barnvagnar, cykelvagnar, cykelbarnstolar), **RV Products** (t.ex. markiser, cykelhållare och tält för husbilar och husvagnar) och **Packs, Bags & Luggage** (t.ex. vandringstryggsäckar, resväskor och kameraväskor).

Thule Group har cirka 2 600 anställda vid 9 produktionsanläggningar och 35 försäljningskontor över hela världen. Produkterna säljs på 138 marknader och försäljningen under 2022 uppgick till 10,1 miljarder kronor.

www.thulegroup.com

Bifogade bilder

[Magnus Welander 8](#)

[Magnus Welander 14](#)

Bifogade filer

[Thule Groups \(publ\) vd och koncernchef, Magnus Welander, kommenterar företagets första kvartal 2023](#)