

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

### **Mycket god lönsamhet, trots svag start på kvartalet.**

Försäljningen i kvartalet var 15 procent lägre, valutajusterat, än det exceptionellt starka andra kvartalet föregående år.

Kvartalet började mycket svagt. Huvudskälet till detta var, liksom de tre föregående kvartalen, en lägre försäljning av cykelrelaterade produkter till våra återförsäljare, som fortsatte att sänka sina lagernivåer. Detta ska jämföras med samma period föregående år då samma återförsäljare var i en offensiv fas av lageruppbyggnad.

Jag är mycket nöjd med att vi under dessa omständigheter, uppnådde en EBIT-marginal om 23,5 procent i kvartalet (24,7), tack vare en rekordhög bruttomarginal. Detta, trots en betydande underutnyttjad produktionskapacitet, ofördelaktig produktmix, fortsatt generellt sett höga kostnader för material, samt fortsatt ambitiösa satsningar på framtida tillväxt. De prisökningar som genomfördes sommaren 2022, lägre fraktkostnader, positiv kanalmix samt god marginal på nya produktlanseringar bidrog positivt.

Kassaflödet var 718 Mkr, detta uppnåddes delvis tack vare en minskning av koncernens egna lager i kvartalet med 308 Mkr, i linje med våra antaganden.

### **Region Europe & RoW – cykelbranschen börjar återvända till mer normala lagernivåer**

I kvartalet var försäljningen i regionen 14 procent lägre, valutajusterat, jämfört med föregående år. Den lägre försäljningen berodde framförallt på lägre försäljning av cykelrelaterade produkter i början av kvartalet. Detta ställt mot motsvarande period föregående år med exceptionellt stark försäljning. Vi upplevde även ett generellt sett försiktigt återförsäljarled, även vad det gällde koncernens övriga sport och fritidsprodukter.

Frankrike var den svagaste marknaden, med stor försiktighet hos de stora butikskedjorna och generellt större andel av försäljningen i mellanpris-segmentet där lagernivåerna fortsatt var högre. Storbritannien och Polen uppvisade däremot positiv utveckling.

### **Region Americas – de stora nordamerikanska marknaderna fortsatt utmanade**

I kvartalet var försäljningen i regionen 18 procent lägre, valutajusterat, jämfört med föregående år. Även här såg vi en minskad försäljning av cykelrelaterade produkter, jämfört med det starka andra kvartalet föregående år.

I de stora marknaderna USA och Kanada upplevde vi, liksom Europa, även ett försiktigt återförsäljarled vad gällde övriga sport och fritidsprodukter. Vi såg däremot under kvartalet en fortsatt positiv utveckling i de mindre Latinamerikanska marknaderna.

Under kvartalet beslutade vi att fasa ut vissa äldre lågmarginal segment inom Packs, Bags & Luggage. Detta påverkade kvartalet negativt i regionen. Beslutet fattades för att framåtriktat fokusera på framför allt duffelväschor, resväskor och ryggsäckar för dagligt bruk.

## **Ambitiösa lanseringsplaner genererar höga utvecklingskostnader**

Som tidigare kommunicerats påbörjades under kvartalet den mest ambitiösa lanseringsperioden av nya produkter i koncernens historia. Under de närmsta 18 månaderna kommer flera nya viktiga produkter inom både nuvarande och helt nya kategorier synas i butiker världen runt. Initiativen innebär att vi under de senaste 12 månaderna har satsat hela 7,1 procent av omsättningen på produktutveckling.

Världens bästa dragkroksmonterade cykelhållare, Thule Epos, den innovativa transportboxen Thule Arcos som monteras bak på bilens dragkrok och takplattformen Thule Caprock var några av produkterna som lanserades i butik till konsument under kvartalet.

Vi har även lanserat ett antal mycket spännande produkter till återförsäljare som har säljstart nästa år. På cykelmässan Eurobike presenterade vi en helt ny generation av världens ledande premium cykelvagn, Thule Chariot och vår första cykelvagn för hundar. Vi har även visat upp den krocksäkra hundburen Thule Allax som kommer till butiker redan under hösten 2023.

## **Stark marknadsposition, välinvesterade fabriker och många nya produkter gör att framtiden ser ljus ut**

Denna, min 35:e kvartalsrapport på börsen som vd och koncernchef för Thule Group, blir min sista. Som tidigare kommunicerats lämnar jag den 9 augusti över vd-skapet till nuvarande styrelseledamoten Mattias Ankarberg.

Jag vill därför passa på att tacka alla de duktiga kollegor jag haft förmånen att jobba med under mina 17 år i företaget. Tillsammans har vi skapat ett fantastiskt företag! Thule är idag ett etablerat globalt livsstils-varumärke och med stort hållbarhetsfokus, effektiva fabriker, mängder av testvinnande produkter och en djupt rotad vinnande kultur.

Marknadstrenderna i de produktkategorier där vi redan är marknadsledande är långsiktigt positiva. Kombinerat med tillväxtplaner i de nya kategorier vi är på väg in i gör det att framtiden ser mycket ljus ut.

Jag är övertygad om att Mattias, med er hjälp, kommer att fortsätta utveckla Thule till ett än mer framgångsrikt företag. Jag kommer att fortsätta vara en aktiv medlem i hejarklacken, även om det nu blir från åskådarplats.

Magnus Welander,  
Vd och koncernchef

---

## Kontakter

Fredrik Erlandsson SVP Communications och Investor Relations

Tel: 070 309 00 21

E-mail: [fredrik.erlandsson@thule.com](mailto: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. vandringsryggsäckar, 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](http://www.thulegroup.com)

---

## Bifogade bilder

[Magnus Welander 8](#)

[Magnus Welander 14](#)

---

## Bifogade filer

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

---