

## Thule Group presenterar två nya produktkategorier och uppdaterar sina långsiktiga finansiella mål

På dagens kapitalmarknadsdag i Hillerstorp, Småland, presenterar Thule Group planerna på att gå in i de två nya produktkategorier – bilbarnstolar och produkter för hundtransport. Bolaget höjer också målet för försäljningstillväxt som kommunicerades under våren 2021, då företaget ligger före sin plan.

### Två nya produktkategorier

Thule Group fortsätter den organiska tillväxtstrategi som har varit fokus i företagets framgångsrika utveckling sedan börsintroduktionen 2014, genom att presentera inträdet i två nya, egenutvecklade, produktkategorier.

Thule Group kommer under 2023 att gå in i produktkategorierna **bilbarnstolar** och **produkter för hundtransport**.

*"Båda dessa kategorier kännetecknas av egenskaper som passar Thule Groups organisation och varumärket Thule väl", säger Magnus Welander, vd och koncernchef och fortsätter. "Produkter som möjliggör ett aktivt liv, med ett tekniskt innehåll som fokuserar på säkerhet och användarvänlighet och där konsumenterna är beredda att betala för premiumprodukter designade av ett varumärken med stark kvalitets- och hållbarhetsprofil."*

### Bilbarnstolar

Thule Group kommer under de kommande åren att lansera en bred portfölj av bilbarnstolar för en global marknad. Den första stora lanseringen i kategorin kommer att vara för den europeiska marknaden med lanseringen av babyskydd, bilbarnstol för mindre barn och en gemensam bas, som alla uppfyller de stränga europeiska i-Size-kraven.

De europeiska modellerna kommer att finnas tillgängliga för konsumenter i butik under hösten 2023. En nordamerikansk portfölj med barnstolar kommer att presenteras för marknaden under de kommande 18 månaderna.

*"För oss är det viktigaste att alla i bilen färdas säkert. Med vår djupa kunskap om barnprodukter och bilsäkerhet är vi övertygade om att vi kan tillföra värde och vinna marknadsandelar på marknaden för bilbarnstolar. Vi uppskattar premiumsegmentet till en marknad på 14 miljarder SEK, 2022, och siktar i takt med att vi breddar produktsortimentet på att bli en av de ledande aktörerna inom kategorin under de kommande åren", säger Magnus Welander.*

## Produkter för hundtransport

Thule Group kommer under de kommande åren att lansera flera produkter fokuserade på hundtransport med bil eller cykel. Den första stora lanseringen i kategorin blir en hundbur för SUV-, herrgårds- och halvkombibilar. Denna lättanvända bur uppfyller Thule Groups säkerhetsstandarder med krocktester gjorda vid alla typer av bilolyckor, så som frontalkollisioner, påkörning bakifrån och voltning.

Buren kommer att finnas tillgänglig för konsumenter i butik under våren 2023, varefter ett antal cykel- och bilrelaterade för hundar kommer att presenteras på global basis.

*"Med ett ständigt växande intresse för hundar och med hundar som allt mer blir verkliga familjemedlemmar, är vi övertygade om att marknaden för premiumprodukter för resa med sin hund i bil- och med cykel kommer att växa under de kommande åren. Vi uppskattar marknaden till i storleksordningen 2 miljarder SEK, 2022, och vår ambition är, i takt med att vi breddar produktsortimentet under de kommande åren, att bli en ledande aktör inom kategorin", säger Magnus Welander.*

Ur ett finansiellt rapporteringsperspektiv kommer de två nya produktkategorierna att grupperas tillsammans med den nuvarande kategorin **Active with Kids** som från och med andra kvartalet 2022 kommer att heta **Juvenile & Pet Products**.

## Uppdaterade långsiktiga finansiella mål

Sedan Thule Groups börsintroduktion i november 2014 har företagets starka utveckling inneburit att ambitionsnivån för långsiktiga finansiella mål har höjts i flera steg. Den senaste uppdateringen av de långsiktiga finansiella målen kommunicerades i samband med rapporten för första kvartalet 2021.

*"När vi nu summerat året 2021 är det tillfredsställande att se hur vår imponerande försäljningstillväxt om +38%, jämfört med 2020, innebär att vi ligger flera år före vårt tidigare kommunicerade långsiktiga mål att fördubbla 2020 års försäljning fram till 2030", säger Magnus Welander.*

*Vi har därför beslutat att uppdatera målet för försäljningstillväxt. Vi ska under de kommande 9 åren fördubbla intäkterna jämfört med 2021 och därmed nå en försäljning om 20 miljarder SEK till år 2030. Det betyder att målet för 2030 har höjts med 4,4 miljarder SEK jämfört med det mål som presenterades för 1 år Sedan. Den starka försäljningsutvecklingen 2021 och inträdet i de nya produktkategorierna har naturligtvis starkt bidragit till den högre tillväxtambitionen. Målet att bibehålla en EBIT-marginal på de nuvarande höga nivåerna på >20% och det nyligen höjda utdelningsmålet på >75% av nettoinkomsten kommer att bibehållas på samma höga nivå."*

## Försäljningstillväxt

20 miljarder SEK år 2030

*(tidigare mål: Fördubbla 2020 års försäljning fram till 2030, d.v.s att nå 15,6 miljarder SEK i försäljning fram till 2030)*

## EBIT-marginal

Behålla >20% EBIT marginal

*(oförändrat)*

## Utdelning

>75% ordinarie utdelning, i relation till nettoinkomsten  
(oförändrat)

## Bibehålla våra långsiktiga hållbarhetsmål

Thule Group kommer att fortsätta det dedikerade och långsiktiga hållbarhetsarbetet som har varit en integrerad del av företagets långsiktiga sätt att verka sedan grundandet 1942.

De långsiktiga hållbarhetsmålen som presenterades i april 2021 hålls på samma ambitiösa nivåer.

Dessa mål, när det gäller miljöaspekter, är nära kopplade till bolagets beslut hösten 2020 att engagera sig i det globalt erkända Science Based Targets-initiativet (SBTi) och har därför ett tydligt fokus på att uppfylla Parisavtalets ambition att inte öka jordens medeltemperatur med mer än 1,5 °C.

## Scope 1

46% minskning, i absoluta tal, av växthusgaser från våra produktionsanläggningar, jämfört med basåret 2019.

## Scope 2

100% förnybar el på våra egna tillverkningsanläggningar och kontor.

## Scope 3

En absolut minskning av växthusgaser med 28% relaterat till inköpt material och uppströms och nedströms logistik, jämfört med basåret 2019.

Utöver de miljöfokuserade hållbarhetsmålen har Thule Group ytterligare långsiktiga hållbarhetsmål kopplade till bland annat vattenförbrukning, återvinning samt hälsa och säkerhet. Dessa mål presenteras mer ingående på koncernens hemsida, [www.thulegroup.com](http://www.thulegroup.com).

*"Långsiktigt hållbar och lönsam organisk tillväxt är fortfarande vårt största fokus", säger Magnus Welander. "De resultat vi har levererat sedan börsintroduktionen 2014 är ett tydligt bevis på att vår strategi och vårt operativa arbete har varit framgångsrikt. Vi är övertygade om att vår beslutade strategi är rätt för Thule Group även i framtiden. Förväntad positiv utveckling framöver vad gäller såväl marknadstrender som vår egen förmåga att ta marknadsandelar, i både befintliga och nya produktkategorier, ligger bakom vårt beslut att gå in i nya produktkategorier och uppdatera vår långsiktiga finansiella ambitionsnivå. Vårt hållbarhetsarbete, och därför ambitiösa långsiktiga mål även i detta avseende, är en del av vårt naturliga DNA", avslutar Magnus Welander.*

En mer detaljerad presentation från Kapitalmarknadsdagen finns tillgänglig på koncernens hemsida [www.thulegroup.com/en/presentations](http://www.thulegroup.com/en/presentations).

## 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*, 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), **Active with Kids** (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 3 300 anställda vid 9 produktionsanläggningar och 35 försäljningskontor över hela världen. Produkterna säljs på 140 marknader och försäljningen under 2021 uppgick till 10,4 miljarder kronor.

[www.thulegroup.com](http://www.thulegroup.com)

*Denna information är sådan information som Thule Group är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 2022-05-11 10:50 CEST.*

## Bifogade filer

---

[Thule Group presenterar två nya produktkategorier och uppdaterar sina långsiktiga finansiella mål Presentation At Thule Group CMD, May 11, 2022](#)