

Thule Groups (publ) Vd och koncernchef, Mattias Ankarberg, kommenterar företagets bokslutskommuniké och fjärde kvartal, 2024

HÖG AKTIVITETSNIVÅ AVSLUTADE ETT FRAMGÅNGSRIKT ÅR

Årets fjärde kvartal var både intensivt och bra. Vi lanserade bilbarnstolar i över 20 länder, förvärvade Quad Lock och försäljning och lönsamhet ökade. Samma beskrivning – intensivt och bra – gäller även för helåret. Vi har lanserat fler nya produkter än någonsin tidigare, adderat tre nya produktkategorier och öppnat fem nya länder för försäljning via thule.com. 2024 är därmed året vi återgick till tillväxt, med ökad lönsamhet och rekordstarkt kassaflöde.

Försäljningen i det fjärde kvartalet, det säsongsmässigt minsta, ökade med 7 procent jämfört med samma period föregående år drivet av att Quad Lock inkluderades i vår försäljning från december. Den organiska försäljningen var i stort oförändrad, en minskning med en halv procent. Marknaden var fortsatt tuff. Den nordamerikanska marknaden fortsatte vara mer utmanande än den europeiska. Inom RV Products, där marknaden går igenom en ansträngd period, minskade flera tillverkare (OE) sin produktionstakt och därmed minskade vår försäljning till dem. Även om försäljningen till återförsäljare ökade, minskade sammantaget försäljningen för RV Products med 7 procent. I den för Thule viktiga cykelmarknaden fortsatte återhämtningen inom premiumsegmentet och stärkt av årets nya produkter ökade försäljningen av cykelrelaterade produkter. Cykelrelaterad försäljning utgör dock en låg andel i det fjärde kvartalet. Tillväxten var starkast inom Juvenile & Pet, som ökade 14 procent drivet av både nya versioner av storsäljande produkter och de nya kategorierna hundtransport och bilbarnstolar. Vi öppnade försäljning via thule.com i ytterligare ett land, Irland, vilket bidrog till tillväxt i DTC-kanalen.

Bruttomarginalen för det fjärde kvartalet ökade till 41,6 procent (37,2). Justerad EBIT-marginal, exkluderat transaktionskostnader relaterat till förvärvet av Quad Lock, uppgick till 3,8 procent (3,4).

För helåret 2024 ökade försäljningen med 5 procent trots en tuff marknad. Tillväxten drevs av våra många väl mottagna nya produkter och en återhämtning inom delar av cykelmarknaden. Justerad EBIT-marginal ökade till 17,0 procent (16,5) trots rekordmånga produktlanseringar och stora satsningar på produktutveckling. Kassaflödet från den löpande verksamheten var mycket starkt och uppgick till 2,3 miljarder kr. Vi har fortsatt fokusera på att minska lagernivåerna, slagit årets mål och på två år frigjort 1,2 miljarder kr i lagerbindning. Vi har gott utrymme att både dela ut pengar till aktieägarna och satsa vidare för framtiden.

Vårt ambitiösa hållbarhetsarbete har uppmärksammats av Morningstar Sustainalytics. Bland de 15 000 bolag som de följer har de rankat oss som ett av de 50 bästa bolagen i världen. En utmärkelse som vi är mycket stolta över och som visar att vi är på rätt väg.

STÄRKTA OCH NYA MARKNADSPPOSITIONER

Vi har under 2024 lanserat fler nya produkter än någonsin tidigare, vilket resulterat i både rekordmånga internationella designpriser och försäljningstillväxt. Vi har sett god tillväxt från

uppdaterade storsäljare som till exempel vår marknadsledande jogging- och terrängbarnvagn Thule Urban Glide, vår uppdaterade duffel-väska Thule Chasm, och den nya generationen multisport- och cykelvagn Thule Chariot.

Samtidigt som vi förstärkt existerande marknadspositioner har vi också börjat bygga nya.

Hundprodukter har fått den bästa starten för en ny produktkategori i Thules historia. Vår första produkt, hundburen Thule Allax, lanserades i första kvartalet och började snabbt ta marknadsandelar. Kategorin passar Thule väl – premiumprodukter för människor som vill vara aktiva, betalningsvilja för säkerhet och användarvänlighet, en växande marknad, och en tydlig koppling till ”Bring your life”. I det tredje kvartalet lanserades Thule Bexey, vår cykelvagn för transport av hundar och i det fjärde kvartalet fler varianter av Thule Allax för att passa fler bilmodeller. Fler hundprodukter kommer 2025.

Våra bilbarnstolar har blivit mycket väl mottagna. Vi fick snabbt positiv medieexponering, designpriser och bra distribution hos viktiga återförsäljare – och vår allra första produkt blev under hösten utsedd till testvinnare i Europas viktigaste konsumenttest, det så kallade ADAC-testet. Vi startade i tre tysktalande länder i maj, och valde att i det fjärde kvartalet lansera våra bilbarnstolar i ytterligare över 20 europeiska länder. Vi utvecklar samtidigt ytterligare produkter, och lanserar under 2025 vår sittkudde med rygg- och nackstöd för de lite äldre barnen.

STRATEGI SOM BYGGER PÅ VÅRA STYRKOR

Under året har vi också arbetat med att identifiera våra största styrkor. De är många, vilket gjort Thule framgångsrikt i mer än 80 år. En viktig insikt är att vårt historiska värdeskapande kommer från produktkategorier där vi är marknadsledare. Vi har en beprövad förmåga att vidareutveckla marknadsledande positioner, särskilt där konsumenter är villiga att betala för säkerhet och innovation. Det gäller både kategorier vi haft i årtionden – vi är globala marknadsledare inom takboxar sedan 1960-talet – eller förvärvade, så länge de passar Thules varumärke och kompetenser. Vi har nu förtydligat att vårt framtida fokus är på ”Big in pockets”, dvs att bli stora i attraktiva nischer, som passar med vårt premiumvarumärke Thule.

FÖRVÄRV AV MARKNADSLEDARE I ATTRAKTIV NISCH

I det fjärde kvartalet förvärvade vi den globala marknadsledaren Quad Lock och la till ytterligare en produktkategori med ”performance phone mounts”, det vill säga, robusta mobilhållare för cyklister, motorcyklister och andra äventyrare. Quad Lock passar vår strategi mycket väl: global marknadsledare i sin nisch, en växande produktkategori, bästa produkterna på marknaden, och stark historik av innovation och produktutveckling. Passformen med Thule är ovanligt bra även i konsumentens ögon – vi upplevs båda stå för kvalitet, säkerhet, och att möjliggöra ett aktivt liv utomhus – vilket lägger grunden för att i framtiden inkludera Quad Lock inom Thules varumärke. Quad Lock säljer i över 100 länder och omsatte senaste tolv månaderna cirka 1,4 miljarder kronor till 25 procent EBITDA-marginal. De gemensamma utvecklingsmöjligheterna är många.

HÖGT TEMPO ÄVEN 2025

Under 2024 har det varit tydligt att nya Thule-produkter driver tillväxt även om marknaden är tuff. Vi kommer framåt fortsätta genomföra vår långsiktiga tillväxtplan i högt tempo, och hålla foten på gasen även 2025. Vi har fyra tydliga prioriteter för 2025:

1. Fortsätta satsa på produktutveckling. Vi har stora möjligheter att vidareutveckla de marknadsledande positioner vi redan har, vilket ger snabb och väsentlig effekt på försäljning och lönsamhet. Under 2025 kommer vi behålla den nya rekordhöga lanseringstakt vi levererade 2024.
2. Lyckas i flera produktkategorier samtidigt. Lanseringarna av våra nya kategorier hundtransport och bilbarnstolar har varit lyckade. Nu fortsätter arbetet med att bygga marknadsposition, genom fler nya produkter i båda kategorierna redan 2025, och öka distribution och marknadsföring ytterligare. Vi har också redan etablerat en samarbetsmodell för att stötta det starka Quad Lock-teamet i ökad produktutvecklingstakt inom "performance phone mounts" och adressera nya möjligheter.
3. Öka vår synlighet för konsumenterna. Vi vet att många av våra kunder verkligen uppskattar våra produkter, men få känner till hela vårt utbud. Vi kommer fortsätta de långsiktiga satsningarna på att synas allt mer och bättre i butiker, event och media, att öppna thule.com för försäljning i fler länder och även ta några nya grepp för att engagera våra fans – något att se fram emot 2025.
4. Öka effektiviteten och kapacitetsutnyttjandet i vår försörjningskedja. Vi har en väl fungerande och effektiv försörjningskedja. Det finns dock mer förbättringar att göra och bidra till att finansiera ytterligare tillväxtsatsningar. Vi planerar sänka lagernivån med ytterligare 200 Mkr under 2025.

Vi går in i 2025 med vetskapen om att världen är fortsatt orolig. Krig, handelstullar och politisk osäkerhet bidrar till ökat fokus på en effektiv och flexibel försörjningskedja. Vi har nio egna fabriker med produktion av storsäljande produkter i både Europa och USA och ett brett sortiment. Vi har förmågan att på ett kostnadseffektivt sätt leverera produkter till våra kunder och har en lång erfarenhet av att hantera osäkerhet. Vi kommer under 2025 lansera fler nya produkter tidigare på året, inför vårens och sommarens högsäsong. Vi lanserar redan i första kvartalet till exempel en ny version av löparbarnvagnen Thule Glide, en uppdaterad version av vår storsäljande mellanpristakbox Thule Force, och en ny generation av vår bästsäljande amerikanska cykelhållare, Thule Verse. I första kvartalet kommer också innovationen Thule Santu, som möjliggör att transportera både cykel och förvaringsbox bakom bilen samtidigt – och som går att använda med hundratusentals av de cykelhållare våra kunder redan har.

Under 2024 återgick vi till tillväxt, även om marknaden var tuff. Vi har under året också förtydligat vår strategi, stärkt existerande marknadspositioner och lagt grunden till framgång i fler produktkategorier. Vi fortsätter nu satsa långsiktigt på det som ökar vår konkurrenskraft och skapar värde för Thule. Dessutom vill allt fler människor leva aktiva liv, vilket ger oss medvind över tid.

Thules framtid är ljus och jag ser fram emot ett händelserikt 2025!

Mattias Ankarberg
Vd och koncernchef

Kontakt

Catharina Paulcén

SVP Corporate Communications and Investor Relations

Tfn: 073 665 45 74

Epost: Catharina.Paulcen@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. bilbarnstolar, barnvagnar, cykelvagnar, cykelbarnstolar och hundtransport), **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 2 800 anställda vid 9 produktionsanläggningar och 35 försäljningskontor över hela världen. Produkterna säljs på 138 marknader och försäljningen under 2024 uppgick till 9,5 miljarder kronor.

www.thulegroup.com

Bifogade filer

[Thule Groups \(publ\) Vd och koncernchef, Mattias Ankarberg, kommenterar företagets bokslutskommuniké och fjärde kvartal, 2024](#)