

Thule Groups (publ) vd och koncernchef, Magnus Welander, kommenterar företagets första kvartal, 2022

Ett starkt första kvartal

Situationen i världen har varit omvälvande under det första kvartalet 2022. Rysslands invasion av Ukraina, fortsatta utmaningar i globala varuförsörjningskedjor och kraftiga kostnadsökningar har påverkat oss alla och en var. Jag är därför mycket nöjd med att vi fortsätter att öka försäljningen med oförändrad hög lönsamhet.

Omsättningen i det första kvartalet ökade med 20 procent (13 procent valutajusterat) jämfört med det extremt starka första kvartalet föregående år.

Vi lyckades även att med genomförda prishöjningar och effektivitetsåtgärder motverka effekterna av dyrare råvaror, högre fraktpriser och hög sjukfrånvaro. I kvartalet uppnådde vi en EBIT-marginal om 22,8 procent, vilket motsvarade en valutajusterad förbättring med 0,4 procentenheter mot samma period föregående år.

God start i Region Europe & RoW

Som en direkt konsekvens av Rysslands invasion av Ukraina, stoppade vi omedelbart all försäljning till Ryssland och Belarus. Av naturliga skäl har våra partners i Ukraina inte köpt några produkter sedan invasionen. Utvecklingen är djupt tragisk på ett mänskligt plan. Den har dock en begränsad påverkan på Thule Group, då dessa länder står för mindre än 1 procent av vår omsättning. Vi har inte heller några underleverantörer i dessa tre länder.

I kvartalet ökade försäljningen i regionen med 9 procent, valutajusterat, jämfört med ett exceptionellt starkt första kvartal föregående år. Positivt att notera var att alla fyra produktkategorier växte under kvartalet.

Tyskland, Belgien, Nederländerna, Frankrike, Tjeckien och Spanien var de marknader som växte mest under kvartalet. På det södra halvklotet fortsatte den mycket positiva utvecklingen speciellt i Australien, Nya Zeeland och Sydafrika, i avslutningen av dessa länders viktiga sommarsäsong.

Mycket stark tillväxt i Region Americas

I regionen ökade försäljningen under första kvartalet med hela 27 procent, valutajusterat, jämfört med det mycket starka första kvartalet 2021.

Vi växte i samtliga fyra produktkategorier och i samtliga regionens marknader, där speciellt Kanada utmärkte sig positivt.

Kapacitetsökningar och högre lagernivåer

För att möta den kraftigt ökade efterfrågan investerar vi, som tidigare kommunicerats, betydande medel för att ytterligare öka produktionskapaciteten. Trots längre ledtider på allt från byggnadsmaterial till automationsutrustning så fortlöper dessa projekt enligt plan.

Under hösten och början av året har vi, tack vare ökad kapacitet, bättre kunnat möta den ökade efterfrågan. Vi bedömer därför att lagernivåerna hos återförsäljare nu är på liknande goda nivåer inför högsäsong som innan pandemin.

För att säkerställa hög leveranssäkerhet och korta ledtider även framgent har vi under kvartalet byggt upp våra egna lagernivåer inför vårsäsongen. Högre lagernivåer är i dessa tider nödvändigt för att flexibelt kunna hantera de avsevärt förlängda ledtiderna av diverse komponenter, samt för att kunna förekomma eventuella större förseningar i den globala varuförsörjningskedjan. Lageruppbyggnaden består av komponenter till högvolymsprodukter.

Positiva långsiktiga trender i dagens kategorier och nya kategorier under utveckling

De underliggande marknadstrenderna med konsumenter som strävar efter att leva aktiva liv i närområden till där de bor är fortsatt stabilt positiva. Sammantaget förväntar vi oss att marknadstillväxten de närmsta åren för våra nuvarande produktkategorier kommer att ligga i linje med vad den var före pandemin, det vill säga cirka 3-4 procent.

Utöver ambitionen att fortsatt växa fortare än marknaden i våra nuvarande kategorier kommer vi 2023 att påbörja en tillväxtresa i ytterligare två produktkategorier. Jag ser fram emot att få presentera dessa på den kapitalmarknadsdag som hålls i Hillerstorp, Sverige, onsdagen den 11 maj. Vi kommer då även visa upp vår moderna taktäckesfabrik, vårt nyöppnade globala utvecklingscenter och vårt expanderade och världsledande Thule Test Center™.

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*. 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

Bifogade bilder

[Magnus Welander Thule Group CEO And President ST](#)

[Magnus Welander Thule Group CEO And President LS](#)

Bifogade filer

[Thule Groups \(publ\) vd och koncernchef, Magnus Welander, kommenterar företagets första kvartal, 2022](#)