

Thule Groups (publ) vd och koncernchef, Magnus Welanders, kommenterar företagets kvartalsrapport för tredje kvartalet, 2020

Förskjuten vårsäsong och stark cykeltrend drivkrafter bakom mycket starkt kvartal.

Jag är mycket nöjd med att vi under årets tredje kvartal levererat en valutajusterad tillväxt om hela 52 procent, vilket innebär att för årets nio första månader uppnår vi en valutajusterad försäljningsökning om 7 procent. Tillväxten i kvartalet bekräftar vår goda förmåga att flexibelt och effektivt hantera stora svängningar i efterfrågan.

Drivet av den starka försäljningstillväxten, en god bruttomarginal samt en effektiv organisation, levererade vi i kvartalet en underliggande EBIT-marginal om 24,5 procent (16,3). Även kassaflödet var starkt i kvartalet, 764 Mkr (571).

Som jag kommunicerade i samband rapporten för årets andra kvartal, hade vi förhoppningen att under sommaren kunna ta igen den förlorade vårsäsongen, samt att fortsätta rida på den starka globala cykeltrend som vi såg början på i juni månad. Detta var precis vad som skedde under det tredje kvartalet.

Den goda lönsamheten under kvartalet innebar också att vi för de senaste tolv månaderna leverar en EBIT-marginal om 19,1 procent. Detta är i linje med den utveckling vi, före vårens situation, hade förväntat oss att nå vid slutet av året.

Region Europe & ROW – vår och sommar blev till en komprimerad kort säsong

I kvartalet ökade försäljningen i regionen med 59 procent valutajusterat, vilket innebär att vi efter nio månader uppvisar en tillväxt om 9 procent. Liksom under slutet av det andra kvartalet var utvecklingen under tredje kvartalet mycket positiv i samtliga europeiska marknader.

Vår breda och marknadsledande portfölj med produkter inom cykelkategorin (cykelhållare, cykelvagnar och cykelbarnstolar), har haft stark draghjälp av en mycket positiv cykeltrend. Men även inom våra övriga produkter för transport på bilen såg vi hur den nedstängda våren skapade ett uppdämt behov för våra produkter under sommaren.

Tillbehör för husbilar utvecklades väl då många konsumenter valde denna typ av semesterbilar med möjlighet att leva i sin egna, lite mer privata, sfär. Även barnvagnsförsäljningen växte i kvartalet.

Väskkategorin utvecklades däremot negativt primärt på grund av minskat resande, men även lägre försäljningsnivåer av Back to Campus-väskor, orsakat av stängda skolor i marknader både i Europa och Asien.

Region Americas – cykelprodukter, taktält och barnvagnar vinnare

I Region Americas ökade försäljningen under kvartalet med 36 procent valutajusterat. För årets nio första månader var tillväxten därmed 1 procent.

Likt Europa var tillväxten driven framför allt av en mycket god efterfrågan på cykelrelaterade produkter. Utöver detta var försäljningen av barnvagnar mycket positiv, liksom för taktält. Även i denna region var väskförsäljningen svagare än föregående år.

Försäljningen i Latinamerika var svag under kvartalet på grund av den eskalerande pandemisituationen och följaktligen en försiktighet från våra distributörer.

Kortsiktig osäkerhet kvarstår, men de långsiktiga trenderna är positiva

Det finns, i det korta perspektivet, fortsatt flera utmaningar, med bland annat osäkerhet kring omfattningen av eventuella nedstängningar av marknaden i ett antal länder.

Vi tror att den starka trenden för aktiviteter närmare hemmet kommer att fortsätta vara positiv för våra cykel- samt husbilsrelaterade produkter, men för det fjärde kvartalet är det värt att notera att vi säsongsmässigt är mer exponerade mot kategorier som hittills påverkats negativt i pandemin.

De senaste månadernas positiva utveckling har gjort oss än mer trygga i de för oss positiva underliggande samhällstrenderna och därmed vårt långsiktiga fokus att erbjuda fantastiska produkter för människor som vill vara aktiva. I linje med detta fortsätter vi därför som planerat våra stora satsningar inom både produktutveckling och vår produktions- och distributionsstruktur under det kommande året.

Jag vill avsluta med att tacka alla kollegor på Thule Group som har visat ett fantastiskt driv och stor flexibilitet under en mycket utmanande period.

Magnus Welanders
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 världsledande på produkter som gör det enkelt att lätt, säkert och snyggt ta med sig det man behöver och bryr sig om när man lever ett aktivt liv. Under mottot *Active Life, Simplified*. erbjuder bolaget 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. cykelkärror, barnvagnar och 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 2 400 anställda vid 9 produktionsanläggningar och 35 försäljningskontor över hela världen. Produkterna säljs på 140 marknader och försäljningen under 2019 uppgick till 7 miljarder kronor.

www.thulegroup.com

Bifogade bilder

[Magnus Welander Thule Group 1](#)

[Magnus Welander Thule Group 2](#)

Bifogade filer

[Thule Groups \(publ\) vd och koncernchef, Magnus Welander, kommenterar företagets kvartalsrapport för tredje kvartalet, 2020](#)