

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

Ett år med två faser

Försäljningen i fjärde kvartalet minskade med 21 procent, valutajusterat, jämfört med föregående år. För det andra halvåret minskade omsättningen därmed med 26 procent, att jämföra med en valutajusterad tillväxt om 4 procent under det första halvåret. Huvudskälet till det andra halvårets lägre omsättning var en mycket skarp inbromsning i försäljningen av cykelrelaterade produkter till våra återförsäljare, som ville minska sina lager drastiskt efter alltför stora beställningar inför säsongen.

För helåret nådde vi en omsättning om 10 138 Mkr, vilket motsvarade en valutajusterad minskning om 9,7 procent jämfört med rekordåret 2021 och en valutajusterad tillväxt om 40,6 procent jämfört med 2019, året före pandemins utbrott.

I det fjärde kvartalet var EBIT-marginalen 0,2 procent (10,3). En ofördelaktig produktmix, underutnyttjad produktionskapacitet, fortsatt höga råvaru- och frakt-priser, samt våra fortsatta ambitiösa satsningar på framtida tillväxt innebär att EBIT-marginalen minskade jämfört med helåret 2021 och summerades till 16,8 procent.

Lagret vid kvartalets utgång uppgick till 3 129 miljoner kronor, en minskning med 11 miljoner kronor jämfört med vid utgången av tredje kvartalet. Lagret består av komponenter och produkter som vi är trygga med att kunna sälja under 2023.

I kvartalet förband vi oss, som en del av våra långsiktiga hållbarhetsambitioner, till det globalt etablerade Net Zero-åtagandet till 2050.

Minskad försäljning av cykelrelaterade produkter i Region Europe & RoW

I kvartalet minskade försäljningen i regionen med 12,7 procent, valutajusterat, jämfört med föregående år. Detta innebär att omsättningen för helåret minskade med 8,9 procent, valutajusterat.

Cykelrelaterade produkter stod under året för 41 procent av omsättningen (52). Värt att notera är att pandemiåret 2021 var ett exceptionellt starkt år i branschen i allmänhet och vi vann dessutom det året marknadsandelar när våra konkurrenter hade problem att möta efterfrågan. Sport&Cargo Carriers, med stor andel cykelhållare, minskade under året totalt med 16 procent valutajusterat. Produktkategorin Juvenile & Pet Products minskade med 17 procent valutajusterat, påverkad av minskad försäljning av cykelvagnar och cykelbarnstolar.

Vi såg under året däremot en stark försäljning inom kategorierna RV Products, som ökade med 15 procent valutajusterat, samt Packs, Bags & Luggage, med en tillväxt om 20 procent, valutajusterat.

Även Region Americas påverkat av inbromsning av cykelbranschen

I kvartalet minskade försäljningen i regionen med 33,7 procent, valutajusterat, jämfört med föregående år. Detta innebär att omsättningen för helåret minskade med 11,5 procent, valutajusterat.

Även här såg vi en markant minskad försäljning av cykelrelaterade produkter, vilka under året stod för 29 procent (39) av omsättningen.

Kategorin Packs, Bags & Luggage växte med 21 procent, valutajusterat under året, drivet av framgångsrika lanseringar, samt ett ökat resande.

Kortsiktiga utmaningar, men stark tilltro till strategin och positiva långsiktiga trender

I början av 2023 kommer vi dels att möta starka jämförelsesiffror, men även en utmanande marknad med osäkerhet i både konsumenternas efterfrågan i en orolig värld, såväl som återförsäljarnas tro på kommande säsong. Eftersom våra lagernivåer inför årets säsong är högre än tidigare år kommer vi att öka tillverkningstakten senare än normalt. Detta är positivt ur ett kassaflödesperspektiv.

Vi är övertygade om att den mångåriga positiva trenden att leva aktiva liv i sina närområden kommer att vara fortsatt långsiktigt stark. Vi har även en orubbad tro på vår tillväxtstrategi och våra långsiktiga mål. Våra satsningar inom existerande kategorier, såväl som de nya produktområdena bilbarnstolar och produkter för hundtransport, fortgår. Under 2022 satsade vi 6,0 procent (4,6) av omsättningen på vår produktutveckling. De investeringar som de senaste åren gjorts i en mer flexibel, och i högre grad automatiserad produktion, ger oss ytterligare förutsättningar att över tid säkerställa en lönsam och långsiktigt hållbar tillväxt.

När vi nu tar oss an en utmanande tid med en hög nivå av osäkerhet under de kommande kvartalen, gör vi det med hög energi och ett tydligt fokus på flexibilitet.

Jag vill avslutningsvis tacka alla kollegor för deras insatser under ett år som präglats av två helt olika skeenden och betydande marknadsutmaningar.

Magnus Welander,
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 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. vandringstryggsäckar, 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

Bifogade bilder

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

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

[Thule Group Year End Report And Q4, 2022](#)

Bifogade filer

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