

Thule Groups (publ) vd och koncernchef, Magnus Welanders, kommenterar företagets bokslutskommuniké och fjärde kvartal, 2021

Ett historiskt starkt år.

Den mycket goda efterfrågan på våra produkter fortsatte under det fjärde kvartalet och för helåret nådde vi en omsättning om 10 386 Mkr, en valutajusterad tillväxt om 38 procent jämfört med föregående år. Jämfört med 2019, året innan pandemin, var den valutajusterade tillväxten 56 procent för helåret.

Försäljningstillväxten i det fjärde kvartalet var 15 procent (14 procent valutajusterat) jämfört med det extremt starka fjärde kvartalet föregående år.

Dyrare råvaror, högre fraktpriser och hög sjukfrånvaro påverkade lönsamheten under andra halvåret. Trots dessa negativa faktorer förbättrade vi EBIT-marginalen för helåret till 22,5 procent, tack vare god omkostnadskontroll och vår skalbarhet.

I det fjärde kvartalet var EBIT-marginalen 10,3 procent (15,0). Resultatet påverkades jämfört med det starka fjärde kvartalet 2020 av stora kostnadsökningar, som genomförda prisökningar vid halvårsskiftet inte fullt ut kunde kompensera för. Ytterligare prisökningar är därför redan genomförda i början av innevarande år.

Under året har vi presenterat nya långsiktiga hållbarhetsambitioner och arbetet med att minska vår klimatpåverkan parallellt med starkt socialt engagemang har fortsatt. Trots stark tillväxt i en utmanande situation gällande tillgång på material, komponenter och fraktkapacitet minskade vi våra växthusgasutsläpp med 1 procent under året. Mycket positivt är att vi minskade utsläppen relativt omsättningen med hela 26 procent.

Positivt i hela Region Europe & RoW

I kvartalet ökade försäljningen i regionen med 8 procent, valutajusterat, jämfört med ett exceptionellt starkt fjärde kvartal föregående år. Detta innebär att omsättningen för helåret ökade med 34 procent, valutajusterat.

I de tre största av våra fyra produktkategorier växte vi med mer än 30 procent under året, jämfört med ett starkt 2020. Även den minsta kategorin, Packs, Bags & Luggage, växte med 6 procent.

Geografiskt var tillväxten god i alla marknader. Den högsta procentuella tillväxten kom från några av de större marknader som under våren och sommaren 2020 hade de hårdaste pandemirestriktionerna.

Mycket stark tillväxt i Region Americas

I regionen ökade försäljningen under fjärde kvartalet med 27 procent, valutajusterat. Omsättningen för helåret ökade med 48 procent, valutajusterat.

Tillväxten var mycket god inom alla produktkategorier och i samtliga regionens marknader. Speciellt värt att notera är tillväxten om hela 54 procent i den största produktkategorin Sport&Cargo Carriers. Även det för regionen nischade produkterbjudandet inom RV Products, växte med hela 113 procent.

Hög efterfrågan kräver kapacitetsökningar

Tillväxten på kvartalsbasis, jämfört med året före pandemins utbrott 2019, var under året 45%, 48%, 75% samt 62%, valutajusterat. Framgent ser vi tydliga signaler på att den starka trenden för fritids- och semesteraktiviteter närmare hemmet kommer fortsätta. Därför investerar vi, som tidigare kommunicerats, betydande medel för att ytterligare öka produktionskapaciteten.

Vi har under kvartalet byggt upp lagernivån inför våren, speciellt i Europa, och väljer dessutom att tidigare lägga ett antal kapacitetshöjande investeringar för att säkerställa årets och framtida flexibilitet. Detta innebär att vi även under 2022 kommer investera motsvarande 5 procent av vår omsättning i ut- och ombyggnader av befintliga produktionsanläggningar, vilket är över våra historiska nivåer.

Positivt marknadsläge med en del utmaningar i närtid för varuförsörjningen

Vi har fortsatt vinna marknadsandelar tack vare vår starka produktportfölj, globala varumärke och flexibla produktion i och nära våra större marknader. Jag är övertygad om att vi med denna starka bas kommer att fortsätta kunna driva god tillväxt under året 2022, i en generellt positiv marknad.

Den fortsatta tillväxtresan ska samtidigt hanteras i en utmanande omvärld där fortsatt höga kostnader för material och transporter samt diverse störningar i varukedjan kommer behöva pareras.

Jag kan också, på hela företagets vägnar, lova att vi är redo för ännu ett starkt tillväxtår 2022 och en spännande framtid de kommande åren, vilket vi kommer presentera mer i samband med en kapitalmarknadsdag i maj.

Avslutningsvis vill jag tacka alla kollegor som med sin energi, kompetens och sitt enträgna arbete gjort att vi levererat ett historiskt starkt år.

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.* 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 1](#)

[Magnus Welander Thule Group 2](#)

Bifogade filer

[Thule Groups \(publ\) vd och koncernchef, Magnus Welander, kommenterar företagets bokslutskommuniké och fjärde kvartal, 2021](#)