

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

Utmanande kvartal med snabb inbromsning inom cykelrelaterade kategorier.

I det tredje kvartalet såg vi en snabbt minskad efterfrågan på cykelrelaterade produkter, då cykelbutiker över hela världen oväntat kraftigt reducerade sina inköp, på grund av sina allmänt höga lagernivåer. I rapporten för det andra kvartalet indikerade vi oro för höga lagernivåer hos kunderna, dock var inbromsningen än mer markant än förväntat. Omsättningen i kvartalet minskade med 23 procent (en minskning med 29 procent valutajusterat) jämfört med tredje kvartalet föregående år.

Bruttomarginalen i kvartalet var 33,9 procent (40,6) och påverkades negativt framför allt av den minskade omsättningen av cykelrelaterade högmarginalprodukter. Högre fraktkostnader för skrymmande produktgrupper med god tillväxt, som takboxar och markiser för husbilar, bidrog negativt. Den relativt sett ökade andelen av försäljningen i kategorierna Packs, Bags & Luggage samt RV Products, med generellt lägre bruttomarginaler, påverkade också bruttomarginalen negativt.

Investeringarna i vår produktutveckling fortsatte enligt plan, då vår bedömning om den framtida långsiktiga marknadsutvecklingen inte förändrats. Produktutveckling, som andel av omsättningen, var 6,7 procent i kvartalet, att jämföras med 3,8 procent samma kvartal 2021. Vi valde hösten 2021 att senarelägga ett antal projekt, då vi vid den tidpunkten prioriterade att säkerställa en effektiv leveranskedja för tillverkning av dessa nya produkter.

Vi resonerar på samma långsiktiga sätt när det gäller marknadsföringskostnader, då vi tror på en långsiktigt fortsatt god försäljningsutveckling inom samtliga våra produktkategorier. Vi fortsätter därför att befästa och stärka våra marknadspositioner, samt adderar satsningar inför den viktiga lanseringen av bilbarnstolar som når butiker i Europa hösten 2023.

EBIT-marginalen sjönk till 9,0 procent, att jämföras med det exceptionellt starka tredje kvartalet 2021 om 24,2 procent, samt historiska nivåer för tredje kvartalet på 16-18 procent.

Lagret uppgick till 3 140 miljoner kronor, en minskning med 117 miljoner kronor valutajusterat jämfört med vid slutet av andra kvartalet. Lagret består av komponenter och högvolymprodukter som vi är trygga med att kunna sälja under 2023.

Minskad försäljning av cykelrelaterade produkter i Region Europe & RoW

Under kvartalet minskade försäljningen med 29 procent, valutajusterat, jämfört med föregående år.

Cykelrelaterade produkter hade en markant minskad försäljning jämfört med det exceptionellt starka tredje kvartalet föregående år. Detta gällde speciellt cykelhållare inom kategorin Sport&Cargo Carriers, men även cykelvagnar och cykelbarnstolar inom kategorin Juvenile&Pet Products. Cykelrelaterade produkter stod i kvartalet för 28 procent, jämfört med hela 51 procent 2021.

Försäljningen inom kategorierna RV Products och Packs, Bags & Luggage utvecklades väl.

Region Americas - utmanande cykelkategori

Valutajusterat minskade försäljningen med 29 procent, jämfört med samma period föregående år.

Även här såg vi en markant minskad försäljning av cykelrelaterade produkter vilka stod för 22 procent (40) av omsättningen i kvartalet.

Packs, Bags & Luggage utvecklades mycket väl i regionen, drivet av framgångsrika produkt-lanseringar samt ökat resande.

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

De närmaste kvartalen kommer vi, som tidigare kommunicerats, att möta en utmanande marknad med stor osäkerhet i hur konsumentefterfrågan påverkas i en orolig värld, samt återförsäljare som kommer sträva efter att minska sina lager.

Vår långsiktiga strategi och våra ambitiösa mål ligger fast, då vi är övertygade om att trenden att leva aktiva liv i sina närområden är fortsatt stark. Vi har samtidigt redan kunnat agera, tack vare vår flexibla tillverkningsmodell, för att säkerställa att vi har rätt personalnivå, samt justerat kapacitetsrelaterade investeringsnivåer i våra produktionsanläggningar.

Vi kommer fortsätta att följa utvecklingen nära.

Under 2023 kommer vi även att påbörja en spännande tillväxtresa inom bilbarnstolar och transportlösningar för hundar.

Vi tar oss nu an en utmanande tid de kommande kvartalen med tydligt fokus och hög energi och ser samtidigt fram emot nästa vår med många av våra nya produkter i butiker i hela världen.

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), **Juvenile&Pet Products** (t.ex. barnvagnar, cykelvagnar 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 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 LS](#)

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

Bifogade filer

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