

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

Fortsatt god omsättning och bibehållna höga marginaler

Omsättningen i det andra kvartalet blev den högsta i företagets historia. Detta trots att omvärlden har bjudit på utmaningar under hela våren 2022. Genom prishöjningar och effektiviseringsåtgärder har vi framgångsrikt motverkat effekterna av dyrare råvaror, högre fraktpriser och ofördelaktiga valutakurser. I kvartalet försvarade vi en bruttomarginal om 42,2 procent (42,2).

Effekterna av Rysslands invasion av Ukraina, fortsatta utmaningar i globala försörjningskedjor och kraftiga kostnadsökningar fortsätter att påverka verksamheten.

Omsättningen i kvartalet ökade med 3 procent (men minskade med 3 procent valutajusterat) jämfört med andra kvartalet föregående år.

Vi bibehåller en hög EBIT-marginal och nådde i kvartalet 24,7 procent, vilket ligger över de historiska nivåerna vi haft under andra kvartalen. Jämfört med det exceptionellt starka andra kvartalet 2021, var det en valutajusterad nedgång med 2,2 procentenheter. Rörelsekostnaderna ökade främst genom den offensiva satsningen på produktutveckling, av både nuvarande och nya produktkategorier, samt kostnader för att hantera de högre lagernivåerna.

Stabilt i Region Europe & RoW

Under andra kvartalet minskade försäljningen i regionen med 4,5 procent, valutajusterat, jämfört med det exceptionellt starka andra kvartalet 2021.

Cykelrelaterade produkter hade en minskad försäljning jämfört med det historiskt starka andra kvartalet föregående år. Detta gällde cykelhållare inom kategorierna Sport&Cargo Carriers och RV Products, men även cykelvagnar och cykelbarnstolar inom kategorin Juvenile & Pet Products.

Övriga kategorier utvecklades väl, med en speciellt positiv utveckling inom Packs, Bags & Luggage.

Storbritannien utmärkte sig med svag försäljning i kvartalet. Det är även den av de större marknaderna som har växt minst jämfört med före pandemin. Även de nordiska marknaderna hade ett svagare kvartal jämfört mot föregående år. Utvecklingen i Norden är dock, totalt sett, mycket positiv jämfört med 2019.

Stark lokal valuta drev tillväxt i Region Americas

Valutajusterat var försäljningen i regionen under andra kvartalet i linje med föregående år. Tack vare gynnsamma lokala valutor ökade den redovisade försäljningen i kvartalet med 15 procent.

Även i denna region såg vi en minskad försäljning inom cykelrelaterade produkter gentemot det exceptionellt starka andra kvartalet föregående år. Den kanadensiska marknaden var starkast, medan vi såg en minskad försäljning i Brasilien.

Förbättrad leveransförmåga

Ökad efterfrågan och lyckade produktlanseringar har gjort att vi organiskt växlat upp omsättningen till en nivå som ligger betydligt högre än före pandemin. Vi har, som tidigare kommunicerats, därför genomfört en rad åtgärder för att möta de högre nivåerna på efterfrågan med hög leveransförmåga.

Dels har vi genomfört betydande investeringar i flera av våra monteringsanläggningar. Både för att öka automationsnivån och för att höja produktionskapaciteten. Vi har också beslutat att hålla högre lagernivåer fram till dess att vi ser en stabilisering av de globala försörjningskedjorna. På detta sätt säkerställer vi att även fortsatt kunna hantera de avsevärt förlängda ledtiderna. Lageruppbyggnaden består av komponenter och högvolymprodukter.

Kortsiktiga utmaningar i orolig marknad, men positiva långsiktiga trender och spännande nya produktområden

Mot bakgrund av den osäkerhet som generellt råder i marknaden i närtid, där vi jämför mot en stark period andra halvåret, är det glädjande att de underliggande positiva marknadstrenderna består. Konsumenternas strävan att leva aktiva liv i närområden till där de bor, är fortsatt långsiktigt positiv. Dessutom kommer vi under 2023 att påbörja en tillväxtresa i ytterligare två mycket intressanta produktområden, bilbarnstolar samt transportlösningar för hundar.

Vi ser fram emot en spännande höst då vi kommer att presentera rekordmånga nya produkter, inom samtliga produktkategorier, för våra återförsäljare inför konsumentlansering med försäljningsstart i butiker, världen runt, under våren 2023.

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 andra kvartal, 2022](#)