

## Thule Groups (publ) vd och koncernchef, Magnus Welander, kommenterar företagets kvartalsrapport för andra kvartalet, 2021

**En mycket stark trend fortsätter.**

**Försäljningstillväxten i det andra kvartalet var 58 procent (69 procent valutajusterat) jämfört med samma period föregående år. Detta innebär att den mycket starka tillväxttrenden fortsatte för fjärde kvartalet i rad.**

Under andra kvartalet 2020 var flertalet av våra stora marknader drabbade av väsentliga nedstängningar under framför allt april och maj månad. Detta innebär att vi i år mött en relativt sett svagare jämförelseperiod. Därför är det speciellt positivt att även kunna redovisa en valutajusterad tillväxt om hela 39 procent jämfört med andra kvartalet 2019.

Tillverkningskostnaderna ökade under kvartalet, drivet av de generellt stigande materialpriserna såväl som av extrema fraktpriser i den globala marknaden. Vi upplevde även utmaningar i form av tillgång på kapacitet hos underleverantörer för att möta våra stora volymökningar, vilket bidrog till en del extra kostnader.

För att möta de ökande kostnaderna har vi beslutat om, och delvis redan infört, prisökningar i två steg. Den första ökningen trädde i kraft den 1 juli och den andra prisökningen implementeras per den 1 januari, 2022.

Drivet av den mycket starka försäljningstillväxten, vår kostnadseffektiva och flexibla organisation, levererade vi i kvartalet, trots externa utmaningar, en EBIT-marginal om 27,4 procent (21,0).

### **Region Europe & RoW – mycket god försäljning i alla marknader**

I kvartalet ökade försäljningen i regionen med 74 procent valutajusterat. Utvecklingen var mycket positiv i samtliga marknader. För första halvåret uppnåddes därmed en tillväxt om 62 procent valutajusterat.

Kategorin Sport&Cargo Carriers utvecklades starkt inom alla produktgrupper. Semestrande med bilen som färdmedel och den starka cykeltrenden gynnar oss. Trots utmaningar att möta efterfrågeökningen, så vann vi marknadsandelar med vår starka produktportfölj och mycket goda leveransförmåga.

Utvecklingen inom kategorin Active with Kids fortsätter vara mycket positiv inom cykelvagnar, cykelbarnstolar såväl som barnvagnar.

Kategorin RV Products fortsatte, i linje med första kvartalet, att utvecklas mycket väl, då husbilstillverkarnas produktionstakt fortsatte vara hög.

Väskkategorin uppvisade god tillväxt mot det mycket svaga jämförelsekvartalet. Försäljningen av sport- och fritidsväskor utvecklades starkt under kvartalet.

## Region Americas – alla kategorier utvecklades mycket väl

I Region Americas ökade försäljningen under kvartalet med 53 procent valutajusterat. För första halvåret innebär det en tillväxt i regionen om 65 procent valutajusterat.

Inom Sport&Cargo Carriers var tillväxten mycket god för alla produktgrupper och även inom kategorin Active with Kids fortsatte vi leverera tillväxt inom samtliga sub-kategorier.

Väskkategorin uppvisade tillväxt, efter fyra kvartal i rad med minskad försäljning. Med färre restriktioner och ökat resande, både till jobbet och för semester och fritid, ökade försäljningen inom våra viktiga kollektioner.

## Högt tryck och förlängd säsong

Den starka trenden för fritids- och semesteraktiviteter närmare hemmet fortsätter och vi är väl rustade att ta vara på de möjligheter som detta ger. Trots vår mycket flexibla produktion, i och nära våra huvudmarknader, har vi under det andra kvartalet inte till fullo kunnat möta all efterfrågan. Vi förväntar oss därför en längre högsäsong som löper in i tredje kvartalet, då vi är övertygade att konsumenter som inväntat vaccinerings och en större grad av rese-möjligheter kommer vilja köpa våra produkter.

Dagligen upplever vi, som flertalet tillverkande företag som växer snabbt i dessa tider, utmaningar med både leverantörskapacitet och global distribution. Samtidigt finns fortsatt stor osäkerhet kring omfattningen av pandemirelaterade nedstängningar. Vi är dock övertygade om vår egen förmåga att hantera kapacitetsökningarna och att den starka trenden för fritids- och semesteraktiviteter närmare hemmet kommer att fortsätta.

All inblandad personal har redan bevisat sin flexibla inställning och driv det senaste året, med stort engagemang och exceptionella insatser i en utmanande vardag, vilket jag speciellt vill tacka för.

Magnus Welander  
Vd och koncernchef

## Kontakter

---

Fredrik Erlandsson SVP Communications och Investor Relations  
Tel: 070 309 00 21  
E-mail: [fredrik.erlandsson@thule.com](mailto:fredrik.erlandsson@thule.com)

## Om Thule Group

---

Thule Group är ett världsledande globalt företag med produkter för sport och fritidsaktiviteter. Vi gör det enkelt för människor att ta med sig det de bryr sig om - på ett lätt, säkert och tilltalande sätt. Under mottot *Active Life, Simplified.* designar, tillverkar och säljer vi produkter med hållbarhet i tankarna. Vi erbjuder produkter inom de fyra produktkategorierna **Sport&Cargo Carriers** (takräcken,

# Pressmeddelande

21 juli 2021 07:46:00 CEST



takboxar, utrustning för cykel-, vatten- och vintersporter liksom taktält för montering på bilen), **Active with Kids** (cykelkärror, barnvagnar och cykelbarnstolar), **RV Products** (markiser, cykelhållare och tält för husbilar och husvagnar) och **Packs, Bags & Luggage** (ryggsäckar för vardagen, vandringsryggsäckar, resväskor och kameraväskor).

Thule Group har cirka 2 600 anställda vid 9 produktionsanläggningar och 35 försäljningskontor över hela världen. Produkterna säljs på 140 marknader och försäljningen under 2020 uppgick till 7,8 miljarder kronor.

[www.thulegroup.com](http://www.thulegroup.com)

## Bifogade bilder

---

[Magnus Welander Thule Group Landscape](#)

[Magnus Welander Thule Group Portrait](#)

## Bifogade filer

---

[Thule Groups \(publ\) vd och koncernchef, Magnus Welander, kommenterar företagets kvartalsrapport för andra kvartalet, 2021](#)