

Pressmeddelande

Malmö, 26 april, 2019

Vd och koncernchef Magnus Welanders kommentarer till Thule Group (publ) delårsrapport kvartal 1, januari – mars, 2019

En bra start på året

2019 inleddes med fortsatt god utveckling för Thule Group, drivet av en valutajusterad försäljningstillväxt om 7,5 procent och en fortsatt god lönsamhet. Vidare satsningar inom produktutveckling samt försäljning och marknadsföring påverkade också kvartalet. Dessa initiativ stärker oss inför säsongen samt skapar en solid bas för långsiktig organisk tillväxt.

Omsättningen i första kvartalet steg till 1 834 Mkr (1 611), en ökning med 13,8 procent (7,5 procent valutajusterat). I kvartalet ökade EBIT med 33 Mkr, vilket innebar att vi uppnådde en EBIT-marginal på 18,7 procent.

Vissa mixförändringar vad gäller kunder och modeller inom produktkategorierna och fasning av vissa försäljnings- och marknadsföringskostnader jämfört med föregående år, påverkade lönsamheten negativt under kvartalet.

Region Europe & ROW fortsätter leverera

I första kvartalet ökade försäljningen med 10,3 procent (valutajusterat) i Region Europe & ROW, vilket är i linje med helåret 2018.

Alla våra fyra produktkategorier växte i kvartalet, med ett antal sub-kategorier som speciellt starka bidragande faktorer. Inom Sport&Cargo Carriers, var det framför allt cykelhållare som fortsatt växte snabbt, drivet av mycket stora framgångar inom högre prissatta och mer avancerade dragkroks-monterade cykelhållare, som Thule EasyFold XT och Thule VeloSpace XT modellerna.

Alla tre sub-kategorierna inom Active with Kids, cykelvagnar, cykelstolar och barnvagnar, uppvisade mycket god tillväxt.

Den nya hårda resväskserien Thule Revolve lanserades i kvartalet och Thule Subterra kollektionen utvecklades väl och var viktiga faktorer bakom tillväxten inom Packs, Bags & Luggage.

Europas ledande tillverkare av husbilar och husvagnar rapporterade under kvartalet en något minskad tillverkningstakt av nya husbilar. Försäljningen till konsumenter fortsatte dock att öka i kvartalet och vi fortsatte vinna marknadsandelar och nådde därmed en god tillväxt inom kategorin.

Region Americas i linje med förväntningarna

I Region Americas minskade försäljningen med 0,7 procent valutajusterat under det första kvartalet. Exkluderat tillväxten inom taktält genom förvävet av Tepui och de negativa effekterna av den kommunicerade utfasningen av mindre lönsamma produkter kopplade till vissa OE-kontrakt, minskade försäljningen med 2 procent valutajusterat.

Den viktiga USA marknaden startade 2019 något bättre än föregående år, trots en hel del oro bland butikskedjor kopplat till osäkerheten kring hur tarifferna kommer påverka konsumenternas köplust.

Regionens näst största marknad, Kanada, uppvisade en viss minskad försäljning jämfört med samma period föregående år, då vi hade en tidigare säsongsinförsäljning i slutet av första kvartalet 2018. Vi är trygga med att Kanada kommer återgå till god tillväxt redan under årets andra kvartal.

I Brasilien, vår största Latinamerikanska marknad och det enda land i den regionen där vi har egen säljorganisation, fortsatte vi växa tvåsiffrigt. Däremot fortsatte situationen i vissa av de andra länderna i regionen vara utmanande på grund av den allmänna ekonomiska situationen.

Integrationen av det under föregående kvartal förvärvade Tepui löper enligt plan och försäljning av taktält ökade organiskt jämfört med föregående år.

Bra momentum inför årets högsäsong

Vårens högsäsong kommer vara mycket spännande med en stor bredd av nya produkt-lanseringar och nya kunder i de nyare kategorierna. Vi går just nu in i den mest intensiva fasen vad gäller produktion, samtidigt som vi förbereder oss för säsongens första mässor i slutet av kvartalet, där vi kommer att visa upp 2020 lanseringarna för våra återförsäljare.

Våra lagernivåer är, som planerat, höga inför säsongen och kommer att kontinuerligt minska under sommaren. Samtidigt har de stora projekten i våra fabriker löpt väl och vi kommer under andra kvartalet ha implementerat de stora förändringarna i våra monteringsfabriker i Connecticut, USA och i Belgien.

Fulla lager och monteringsanläggningar som är uppe i högvarv gör att jag känner mig trygg i att utlova hög leveransprecision med korta ledtider av våra test-vinnande produkter till alla våra kunder och gör att jag med förväntan ser fram emot årets högsäsong.

./.

Vid frågor vänligen kontakta

Fredrik Erlandsson

SVP Communications och Investor Relations

Tel: 070 309 00 21

E-mail: fredrik.erlandsson@thule.com

Om Thule Group

Thule Group är världsledande på produkter som gör det enkelt att lätt, säkert och snyggt ta med sig det man behöver och bryr sig om när man lever ett aktivt liv. Under mottot *Active Life, Simplified*. erbjuder bolaget produkter inom produktkategorierna **Sport&Cargo Carriers** (t.ex. takräcken, takboxar, hållare för cykel-, vatten- och vintersport som transporteras med bil), **Packs, Bags & Luggage** (t.ex. dator- och kameraväskor, vandringsryggsäckar, resväskor), **RV Products** (t.ex. markiser, cykelhållare och tält för husbilar och husvagnar) och **Active with Kids** (t.ex. cykelkärror, barnvagnar, barncykelstolar).

Thule Group har cirka 2 300 anställda vid 9 produktionsanläggningar och 35 försäljningskontor över hela världen. Produkterna säljs på 140 marknader och försäljningen under 2018 uppgick till 6,5 miljarder kronor.

www.thulegroup.com