

## Pressmeddelande

Malmö, 26 april, 2016

### **Thule Groups VD och koncernchef Magnus Welander kommenterar delårsrapporten för första kvartalet 2016**

#### **En bra start på året.**

**Första kvartalet 2016 fortsatte i linje med utvecklingen föregående år. Vi levererar fortsatt god försäljningstillväxt om 6 procent (valutajusterat) och en starkt ökad lönsamhet.**

Likt 2015 var det produktkategorierna Sport&Cargo Carriers samt Other Outdoor&Bags som drev vår tillväxt, med en fortsatt svag Bags for Electronic Devices försäljning. Vad gäller geografiska marknader så fortsatte Europa att vara företagets draglok, drivet av ett flertal lyckade produktlanseringar.

De många nya produkterna under kvartalet innebar högre lanseringskostnader än motsvarande period föregående år. Vi lyckades ändå, tack vare ökad försäljning och en positiv produktmix, förbättra vårt operativa resultat med 15 procent valutajusterat. På rullande årsbasis blev därmed underliggande EBIT marginalen 16,3 procent (16,0 procent för helåret 2015).

#### **Lyckade lanseringar inom Outdoor&Bags**

I kvartalet ökade omsättningen inom Outdoor&Bags med 66 Mkr, drivet framförallt av ett antal lyckade stora produktlanseringar i slutet av kvartalet. De viktigaste lanseringarna gjordes inom cykelhållar-kategorin i Europa. Den nya versionen av världens mest sålda takmonterade cykelhållare Thule ProRide, och Thule VeloSpace (en dragkroks-monterad cykelhållare för tyngre elektriska cyklar) har båda skapat stort intresse i marknaden. Andra exempel på lyckade lanseringar var de nya vandringsryggsäckarna Thule Versant och Thule Stir, som har tagits emot mycket väl.

#### **Europa fortsätter att utvecklas väl**

I kvartalet ökade omsättningen inom Region Europe & ROW med 11 procent valutajusterat.

I regionen fortsatte vi genom lyckade produktlanseringar att ta marknadsandelar inom den största kategorin, Sport&Cargo Carriers.

Dessutom fortsatte vi att växa snabbt inom Other Outdoor&Bags drivet av det breddade utbudet av ryggsäckar inom Sport&Travel Bags. Under kvartalet ökade även antalet butiker som säljer våra jogging- och cykelvagnar. Inom RV Products tog vi ytterligare marknadsandelar inom en kategori som dessutom hade stark marknadstillväxt.

Kategorin Bags for Electronic Devices påverkades negativt under kvartalet. Fortsatt minskad försäljning av kameraväskor och en negativ utveckling i ett antal mindre exportmarknader var de största skälen till utvecklingen.

Vårt asiatiska tredjeparts distributionscenter flyttades utan problem under kvartalet från Hong Kong till Yantian på det kinesiska fastlandet. Den nya strukturen kommer innebära kostnadsbesparingar och en effektivare hantering av varor som säljs i Asien.

## Region Americas i linje med förväntningar

I Region Americas minskade försäljningen med 4 procent under kvartalet, vilket var i linje med våra förväntningar.

Förutom den fortsatta negativa utvecklingen inom Bags for Electronic Devices, så var försäljningen i Latinamerika svag, till stor del beroende på en allmänt problematisk ekonomisk situation och en del politisk oro.

Sport&Cargo Carriers utvecklades väl med takräcken och cykelhållare som de starkaste kategorierna. Den stora nya volymprodukten var den dragkroksmonterade Thule T2 Pro cykelhållaren. Inom Other Outdoor&Bags levererade vi ännu ett kvartal av stark tillväxt med speciellt våra joggingvagnar och vandringsryggsäckar som positiva kategorier.

Under kvartalet invigde vi vår nya takboxfabrik i Chicago. Den nya fabriken har en effektivare layout som innebär större flexibilitet och kostnads-effektivitet. Dessutom öppnade vi ett nytt tredjeparts distributionscenter i västra USA. Det nya centret är det första steget i den genomgripande förändring av vår Nordamerikanska distributionsstruktur som vi kommer genomföra under de närmsta 18 månaderna.

## Ännu ett starkt kvartal i Work Gear

Work Gear fortsatte utvecklas väl under första kvartalet och omsättningen ökade med 6 Mkr (4 procent valutajusterat) och underliggande EBIT förbättrades med 10 Mkr. Vår satsning på lönsam tillväxt med fokus på en bättre produktmix och minskade produktionskostnader bidrog till lönsamhetsförbättringen.

## Vi ser fram emot en aktiv vår och sommar

Med en bra start på året och många spännande nya produkter ute i butiksledet ser vi fram emot en intressant och mycket aktiv vår- och sommarsäsong.

## Vid frågor vänligen kontakta

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 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 vi produkter inom två segment: **Outdoor&Bags** (så som utrustning för cykel-, vatten- och vintersporter, takboxar, cykel- och, barnvagnar, joggingvagnar, dator- och kameraväskor, ryggsäckar och fodral för mobiltelefoner och annan digital utrustning), samt **Specialty** (verktygs- och utrustningslådor för pick-up-bilar).

Våra produkter säljs på 139 marknader över hela världen. Vi är drygt 2 000 anställda som arbetar på nio fabriker och fler än 35 försäljningskontor.

Försäljningen under 2015 uppgick till 5,3 miljarder svenska kronor.

Thule Group är ett publikt företag listat på Nasdaq Stockholm.

Läs mer på [www.thulegroup.com](http://www.thulegroup.com)