

RAPPORT FÖR TREDJE KVARTALET 2025

FÖRBÄTTRAD EBITA-MARGINAL OCH BRA KASSAFLÖDE, TROTS FORTSATTA MAKROEKONOMISKA UTMANINGAR

TREDJE KVARTALET 2025

- Nettoomsättningen uppgick till 4 885 Mkr (5 647), vilket är en minskning med -13%. Den organiska tillväxten var -6%.
- Rörelseresultatet (EBITA) före jämförelsestörande poster uppgick till 506 Mkr (483), motsvarande en marginal på 10,4% (8,6%).
- Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till 375 Mkr (-1 673, inkl. en nedskrivning av goodwill på -2 000 Mkr), motsvarande en marginal på 7,7% (-29,6%).
- Kvartalets resultat uppgick till 113 Mkr (-1 921).
- Resultatet per aktie uppgick till 0,35 kr (-6,01). Det justerade resultatet per aktie uppgick till 0,64 kr (0,59).
- Fritt kassaflöde uppgick till 527 Mkr (713). Kassaflödet uppgick till 2 643 Mkr (-506).

VD HAR ORDET

Dometic levererade en starkt förbättrad EBITA-marginal och ett bra kassaflöde, trots fortsatta makroekonomiska utmaningar.

Nettoomsättningen för det tredje kvartalet uppgick till 4 885 Mkr (5 647) och den organiska nettoomsättningen minskade med -6 procent, vilket är ett tecken på ett fortsatt försiktigt kundbeteende. Att takten i minskningen låg på en lägre nivå under kvartalet, jämfört med de nivåer vi sett under senare år, visar dock på en viss stabilisering. Segmentet Marine redovisade en organisk tillväxt på 1 procent som kan tillskrivas både Service & Aftermarket- och OEM-försäljningskanalerna, vilket tyder på att nedgången på marknaden kan vara på väg att botten. De totala intäkterna inom försäljningskanalen Service & Aftermarket minskade organiskt med -4 procent, vilket också var en betydligt långsammare minskningstakt. Återförsäljarna är dock fortsatt avvaktande, med låga lagernivåer och ett försiktigt inköpsbeteende när vi nu går in i lågsäsongen för många av våra produkter. Försäljningskanalen Distribution minskade med 6 procent och Mobile Cooling påverkades av ytterligare lagerminskningar i detaljhandeln och arbetskraftsineffektivitet. Inom OEM-försäljningskanalen redovisade segmentet Marine tillväxt, samtidigt som OEM-försäljningen minskade framför allt för RV-fordon vilket resulterade i en minskning med -8 procent för den totala OEM-försäljningskanalen. Land Vehicles Americas redovisade ensiffrig tillväxt. Det har generellt varit en positiv stämning och ett ökat deltagande på de större handelsmässor som hållits under kvartalet både i USA och i Europa.

Koncernens totala EBITA1) ökade till 506 Mkr (483) under kvartalet, tack vare förbättrade resultat inom Land Vehicles och en stabil utveckling inom Marine och Global Ventures, samtidigt som EBITA för Mobile Cooling minskade. Koncernens EBITA-marginal förbättrades kraftigt med 1,8 procentenheter till 10,4 procent (8,6), trots de lägre försäljningsvolymerna. Förbättringen kan till stor del tillskrivas ett fortsatt framgångsrikt genomförande av det pågående Globala omstruktureringsprogrammet, som genererar besparingar enligt planen, samt övriga aktiviteter för minskade kostnader som genomförs inom hela koncernen. Parallellt med våra kostnadsminskningar och kapacitetsanpassningar inom vissa områden fortsätter vi att investera i strategiska tillväxtområden. Land Vehicles, Marine och Global Ventures redovisade alla marginalförbättringar. Den lägre EBITA-marginalen inom Mobile Cooling berodde huvudsakligen på lägre volymer och fortsatta investeringar i utvecklingen av nya produkter samt i försäljning och marknadsföring.

Kassagenereringen var fortsatt god med ett fritt kassaflöde som uppgick till 527 Mkr (713) under kvartalet, framför allt tack vare rörelsekapitalet. Nettoskulden i förhållande till EBITDA minskade sekventiellt men ökade jämfört med föregående år till 3,2x. Nettoskulden fortsätter att minska, tack vare den ihållande kassagenereringen, och har nu minskat med ungefär en tredjedel jämfört med för tre år sedan. Med ett fortsatt tydligt fokus på resultat och kassaflöde arbetar vi stadigt mot vårt mål om en nettoskuld i förhållande till EBITDA på runt 2,5x.

Orderingången visar tidiga tecken på återhämtning på vissa av våra marknader. Service & Aftermarket uppvisar fortfarande viss volatilitet i efterfrågan, och konsumentbeteendet lutar åt övergång till enklare produkter. Även om det kan finnas en uppdämd efterfrågan, motverkas detta delvis av återförsäljares ovilja att öka lagernivåerna. Inom kanalen Distribution är vi uppmuntrade av lanseringen av nya kylprodukter och en relativt positiv trend i orderingången. Återförsäljarna fortsätter dock att hantera sina lagernivåer aggressivt. Inom OEM-kanalen verkar vi nära oss botten av cykeln, även om trenderna varierar mellan segment. Här leds återhämtningen av Marine och Land Vehicles Americas.

Vi förväntar oss positiva bidrag från investeringar i nya produkter – såsom den prisbelönta Dometic Recon-serien med mobila kylprodukter och Dometic DG3 Gyro-båtstabilisatorn. De senaste räntesänkningarna på marknader som USA och Australien förväntas stärka konsumentförtroendet, vilket leder till förbättrade marknadsförhållanden. Även om vi redan har meddelat våra kunder prisökningar för att motverka effekterna, kommer vissa tillfälliga negativa konsekvenser – på grund av timing – att påverka fjärde kvartalet. Dessa inkluderar importtullar och regleringsdrivna öknings av lönekostnader inom Mobile Cooling segmentet, samt negativa valutaeffekter.

De långsiktiga trenderna inom Mobile Living förblir starka och vi kommer att fortsätta driva vår strategiska agenda med full kraft. Det globala omstruktureringsprogrammet fortskrider enligt plan, vilket innebär att vi placerar Dometic i en stark position för att uppnå våra mål samtidigt som vi tillhandahåller produkter och tjänster av högsta kvalitet till våra kunder.

Juan Vargues, VD och Koncernchef

OM DOMETIC

Dometic är ett globalt tech-friluftsbolag med en målsättning att underlätta ett mobilt liv: "Make mobile living easy". Genom att använda vår starka kompetens inom kylning, uppvärmning, energi & elektronik, mobilitet och utrymmesoptimering ger vi fler människor möjlighet att uppleva naturen och förstärker deras känsla av frihet utomhus. Vi uppnår detta genom att skapa smarta, hållbara och pålitliga produkter med enastående design. Miljonals människor runt om i världen använder våra produkter när de campar och utforskar naturen med sina bilar, husbilar eller båtar. Vårt utbud av erbjudanden inkluderar installerade produkter i landbaserade fordon samt i båtar, såväl som fristående produkter som används av friluftsentusiaster. Vi sysselsätter cirka 7,000 personer globalt och säljer våra produkter i mer än 100 länder. För året 2024 rapporterade vi en nettoomsättning på SEK 25 miljarder (USD 2,3 miljarder) och har huvudkontoret i Stockholm, Sverige.

PRESENTATION AV RAPPORTEN

Analytiker och journalister är välkomna att delta i en telefonkonferens den 23 oktober 2025 kl. 10.00 (CEST), där Juan Vargues, VD och koncernchef, samt Stefan Fristedt, CFO, kommer att presentera rapporten och svara på frågor.

Länk till webcasten: <https://dometic.videosync.fi/2025-10-23-q3-2025>

För att delta i telefonkonferensen för att ställa frågor

De som vill delta i telefonkonferensen för att ställa frågor i samband med webcasten är välkomna att registrera sig på nedanstående länk. Efter registrering kommer du att erhålla telefonnummer och konferens id som ger access till konferensen.

Länk för registrering: <https://service.flikmedia.se/teleconference/?id=5009570>

Länk till webbcast och presentation finns tillgänglig på <https://www.dometicgroup.com/sv-se/investerare>

Denna information är sådan information som Dometic Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 23 oktober 2025 kl. 07:30 CEST.

FÖR MER INFORMATION, KONTAKTA

Tobias Norrby
Chef Investor Relations
0706-647335
E-mail: tobias.norrby@dometic.com

OM DOMETIC

Dometic är ett globalt tech-friluftsbolag med en målsättning att underlätta ett mobilt liv: "Make mobile living easy". Genom att använda vår starka kompetens inom kylning, uppvärmning, energi & elektronik, mobilitet och utrymmesoptimering ger vi fler människor möjlighet att uppleva naturen och förstärker deras känsla av frihet utomhus. Vi uppnår detta genom att skapa smarta, hållbara och pålitliga produkter med enastående design. Miljontals människor runt om i världen använder våra produkter när de campar och utforskar naturen med sina bilar, husbilar eller båtar. Vårt utbud av erbjudanden inkluderar installerade produkter i landbaserade fordon samt i båtar, såväl som fristående produkter som används av friluftsentusiaster. Vi sysselsätter cirka 7,000 personer globalt och säljer våra produkter i mer än 100 länder. För året 2024 rapporterade vi en nettoomsättning på SEK 25 miljarder (USD 2,3 miljarder) och har huvudkontoret i Stockholm, Sverige.