

RAPPORT FÖR ANDRA KVARTALET 2026

STABIL FÖRSÄLJNING I EN UTMANANDE MARKNAD

Andra kvartalet:

- Nettoomsättningen uppgick till 5 969 Mkr (6 269), vilket är en minskning med -5%. Den organiska tillväxten var -1% (-11%).
- EBITA före jämförelsestörande poster uppgick till 739 Mkr (877), motsvarande en marginal på 12,4% (14,0%).
- I EBITA ingår en reservering för en kundförlust på -52 Mkr.
- De jämförelsestörande posterna uppgick till -101 Mkr (-4), huvudsakligen hänförliga till en utvidgning av det globala omstrukturingsprogrammet.
- Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till 513 Mkr (743), motsvarande en marginal på 8,6% (11,9%).
- Kvartalets resultat uppgick till 240 Mkr (348).
- Resultatet per aktie uppgick till 0,75 kr (1,09). Det justerade resultatet per aktie uppgick till 1,27 kr (1,38).
- Fritt kassaflöde uppgick till 806 Mkr (1 302).

VD HAR ORDET

Den organiska nettoomsättningen var i stort sett oförändrad jämfört med föregående år trots fortsatt svaga marknadsförhållanden, och minskade med -1 % under kvartalet. Nettoomsättningen uppgick till 5 969 Mkr (6 269), med organisk tillväxt inom segmenten Marine och Mobile Cooling. Bruttomarginalen uppgick till 30,1 % (29,7), understödd av en gynnsam försäljningsmix genom fortsatt tillväxt inom högmarginalkanalen Service & Aftermarket, samt besparingar från omstrukturingsprogrammet. De tullåterbetalningar som erhöles under kvartalet motverkade en stor del av de tullkostnader som belastade perioden.

EBITA uppgick till 739 Mkr (877), exklusive jämförelsestörande poster, motsvarande en marginal om 12,4 % (14,0 %). Resultatet påverkades av en reservering för en kundförlust om -52 Mkr relaterad till West Marines ansökan om konkursskydd enligt Chapter 11, samt av högre material- och fraktkostnader.

Det fria kassaflödet minskade till 806 Mkr (1 302), främst till följd av högre lagernivåer än föregående år, driven av lägre efterfrågan och lageruppbbyggnad för att hantera det pågående omstrukturingsprogrammet, samt lägre resultat. Nettoskulden i relation till EBITDA var oförändrad på 3,3x vid kvartalets utgång. Att minska skuldsättningen förblir en viktig prioritet i arbetet mot vårt långsiktiga mål om nettoskuld i relation till EBITDA på omkring 2,5x.

Produktledarskap genom innovation är en central del av vår strategi, och vi fortsätter att investera i innovation och varumärkeskänedom. I USA lanserade vi en omfattande varumärkeskampanj för att lyfta fram vår produktportfölj för ledande medier och innehållsskapare i sociala medier, vilket genererade betydande genomslag i framstående livsstilsmedier. Vi utökade även vårt sortiment av Dometic-kylboxar och drinkware samt vårt erbjudande inom varmvattenberedare och matlagningslösningar.

Efterfrågan var fortsatt volatil under kvartalet och marknadsförhållandena utvecklades svagare än vad som förväntades inför säsongen. I USA minskade produktionen av RV:s med tvåsiffriga tal och båtregistreringarna sjönk med medelhöga ensiffriga tal. I Europa följdes ökningen av registreringar av RV:s under första kvartalet av en tvåsiffrig nedgång under det andra kvartalet. Även om de övergripande marknadsförhållandena var utmanande såg vi vissa uppmuntrande tecken mot slutet av kvartalet.

Prisjusteringar som genomförts för att kompensera för kostnadsinflation började få genomslag, ordergången förbättrades i juni men var något lägre för kvartalet som helhet, och orderboken var i nivå med föregående år.

För att anpassa verksamheten till den fortsatt svaga efterfrågan, särskilt på den amerikanska marknaden för RVs, beslutade vi att utöka det globala omstrukturingsprogrammet. De tillkommande åtgärderna, som främst påverkar segmentet Land Vehicles och även omfattar selektiva minskningar av försäljnings- och administrationskostnader i hela koncernen, förväntas generera årliga kostnadsbesparingar om 150 Mkr i årstakt när de är fullt genomförda vid mitten av 2027. Utökningen medför omstrukturingskostnader om -100 Mkr, vilka redovisas som jämförelsestörande poster under andra kvartalet. Det pågående programmet fortskrider enligt plan, och ytterligare 90 Mkr i årliga kostnadsbesparingar i årstakt realiserades under andra kvartalet. Beroende på marknadsutvecklingen under de kommande månaderna kan ytterligare åtgärder tillkomma. Den utmanande marknadsmiljön skapar också förändringar inom den amerikanska RV-industrin. Vi ser en utveckling mot nya partnerskap och ökad konsolidering, vilket kan skapa strategiska möjligheter för Dometic.

Geopolitiska händelser i Mellanöstern har åter skapat osäkerhet och försiktighet bland konsumenterna, vilket påverkar både återförsäljare och OEM-tillverkare. Kostnadsinflation till följd av högre materialpriser och tullar förstärker de redan befintliga utmaningarna kring konsumenternas köpkraft. Givet den höga osäkerheten fortsätter vi att fokusera på sådant vi kan påverka, inklusive genomförandet av omstrukturingsprogrammet och att driva vår strategiska agenda framåt.

De långsiktiga fundamentala drivkrafterna inom Mobile Living-industrin är fortsatt attraktiva. Tack vare engagemanget hos våra medarbetare världen över är vi övertygade om vår förmåga att skapa långsiktigt värde för alla intressenter och att fortsätta stärka verksamheten för att vara väl positionerade för framtiden.

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. 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 21 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 14 juli 2026 kl. 10.00 (CEST), där Juan Vargues, VD och koncernchef, samt Per Carlsson, tillförordnad CFO, kommer att presentera rapporten och svara på frågor. Ring in fem minuter innan webbcasten/telefonkonferensen börjar om du vill delta. Länk till webcast och presentation finns tillgängligt på www.dometicgroup.com.

Länk till webcasten:

<https://dometic.videosync.fi/2026-07-14-q2-2026>

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=5001729>

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 14 juli 2026 kl. 07:30 CEST.

FÖR MER INFORMATION, KONTAKTA

Tobias Norrby
Chef Investor Relations
0706-647335
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 21 miljarder (USD 2,3 miljarder) och har huvudkontoret i Stockholm, Sverige.