

Malmö, 12 februari 2015

## **VD och koncernchef Magnus Welanders kommentarer till resultatet för fjärde kvartalet och helåret 2014**

**Renodlingen som varumärkesorienterat företag inom sport- och fritidsbranschen har slutförts och året avslutas med både tillväxt och marginalförbättring i det största segmentet Outdoor&Bags.**

### **Strategisk renodling till ett globalt ledande sport- och fritidsföretag**

Vi har under de senaste åren stärkt Thule Groups position som ett ledande företag inom sport- och fritidsbranschen. Den strategiska fokuseringen mot varumärkesdrivna konsumentprodukter har under året lett till försäljningen av företagets släpvagns-division och dragkroksdivision. Dessa avyttringar möjliggör en mer fokuserad satsning på fortsatt tillväxt inom Outdoor&Bags segmentet.

### **Fortsatt tillväxt inom Outdoor&Bags**

Sport- och fritidsmarknaden fortsatte uppvisa en positiv utveckling och vi uppvisade en tillväxt om 6 procent under kvartalet. Inom Outdoor&Bags segmentet ökade omsättningen med 11,4 procent under kvartalet (1,9 procent valutajusterat) och 10,0 procent under helåret (5,1 procent valutajusterat).

Thule Groups omsättning under kvartalet påverkades av positiva valutakurseffekter om 85 Mkr, och valutajusterat minskade omsättningen med 3,3 procent, framförallt relaterat till en svag försäljning av snökedjor inom Specialty segmentet (76 Mkr under kvartalet jämfört med 113 Mkr föregående år), beroende på begränsat snöfall i mellaneuropa.

Underliggande EBIT minskade till 37 Mkr (45) framförallt beroende på ökade kostnader associerade med produktutveckling och lansering av ett brett utbud av helt nya produktområden inför säsongen 2015. För helåret var underliggande EBIT 686 Mkr (588), en tillväxt om 16,7 procent och med en marginal om 14,6 procent för 2014 (13,6).

### **Mycket gott mottagande av lanseringar**

Under fjärde kvartalet har vi aktivt arbetat med våra kunder i detaljistledet med uppföljning av de lyckade introduktioner av nya produkter som vi visade upp på de stora internationella mässorna under andra och tredje kvartalet inför 2015 säsongen. I år var dessa kundmöten speciellt spännande för oss, då vi visade upp förutom en mängd nya produkter inom kategorier där vi är marknadsledande, även ett brett produktutbud inom ett antal nya produktkategorier.

Lanseringarna mottogs mycket positivt av detaljister från hela världen och inkluderade bland annat:

- "Active with Kids" segmentet – joggingvagnar, barncykelsadlar, cykelvagnar, barnbärstolar
- Väskor för sport och resande – ryggsäckar för friluftsliv, cykeltransportväskor, cykelväskor
- Väskor/fodral för hemelektronik – nya modeller för mobiltelefoner, surfplattor och datorer
- Case Logic varumärket - vitalisering med ett stort antal nya produkter med modern design

# PRESSMEDDELANDE **Thule Group**»

## **Effektivare distribution och utökad satsning på testning**

Under kvartalet fortlöpte byggandet av vårt öst-europeiska distributionscenter intill vår största monteringsfabrik i Huta, Polen. Lagret, som innebär en investering om över 60 Mkr, togs i drift i januari 2015 och kommer möjliggöra en mer effektiv distribution till den östeuropeiska marknaden.

Under kvartalet fortsatte utbyggnaden av Thule Test Center i Hillerstorp, Sverige som gör att vi till hösten 2015 fördubblar vår test-kapacitet för att ytterligare stärka vår marknadsledande position inom säkerhet.

## **Börsintroduktion**

Under kvartalet börsnoterades Thule på Nasdaq i Stockholm, med symbolen THULE. Jag är stolt över det stora intresse som uppvisades av investerare och glad över att kunna välkomna en mängd nya aktieägare i Thule Group. I samband med börsnoteringen upprättades en ny 5-årig lånefacilitet som över tid kommer att minska våra lånekostnader samt säkerställa vår operativa flexibilitet. Vid detta tillfälle löstes också tidigare lån och tillsammans med kostnaderna kopplade till börsintroduktionen gjorde detta att vi under kvartalet uppvisade ett negativt kassaflöde (-77 Mkr).

Sammantaget kan jag konstatera att vår strategi ligger fast och vi avser fortsätta driva lönsam tillväxt inom segmenten Outdoor&Bags samt Specialty där vi erbjuder produkter som gör det lättare för människor världen runt att leva aktiva liv.

Bokslutskommunikén finns tillgänglig på [www.thulegroup.com](http://www.thulegroup.com)

## **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** (bl.a. utrustning för cykel, vatten och vintersporter, takboxar, cykelkärror, barnvagnar, babyjoggers, dator- och kameraväskor, ryggsäckar och fodral för mobiltelefoner och annan digital utrustning), samt **Specialty** (bl.a. snökedjor).

Våra produkter säljs på 136 marknader över hela världen. Vi är fler än 2.200 anställda som arbetar på 10 fabriker och fler än 35 försäljningskontor över hela världen. Försäljningen under 2014 uppgick till 4,7 miljarder svenska kronor. Thule Group är ett publikt företag listat på Nasdaq Stockholm.

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