

Malmö, 29 april, 2015

VD och koncernchef Magnus Welanders kommentarer till resultatet för första kvartalet 2015

Fortsatt god tillväxt tack vare strategiska satsningar på produktutveckling

Vi har under de senaste åren stärkt Thule Groups position som ett ledande företag inom sport- och fritidsbranschen. Fokuseringen på varumärkesdrivna konsumentprodukter har under kvartalet fortsatt driva god tillväxt i en svagt positiv marknad.

Under kvartalet har valutakurserna påverkat framförallt försäljningstillväxten märkbart, med stor inverkan av USD och EURO utvecklingen. Vi växte med 27,1 procent under kvartalet inklusive valutaeffekter, men även valuta-justerat visade vi en stark försäljningstillväxt om 11,5 procent.

Positiv lönsamhetsutveckling

Under kvartalet fortsatte vi öka lönsamheten i linje med våra planer och uppnådde en underliggande EBIT marginal om 15,4 procent (14,5 procent). Vår underliggande EBIT ökade med 34,8 procent rapporterat, respektive 35,4 procent valutajusterat.

En positiv valutaeffekt bidrog till den ökade netto-omsättningen, medan kostnaden för sålda varor påverkades negativt av att varuköp, främst i USD, till stor del även har sålts på den europeiska marknaden. För underliggande EBIT var därför valutapåverkan svagt negativ i kvartalet (-0,7 Mkr).

Stark Europeisk tillväxt i Outdoor&Bags

Inom Outdoor&Bags ökade omsättningen med 23,2 procent under kvartalet (9,0 procent valutajusterat) med framförallt Europa som stark marknad. Underliggande EBIT ökade med 20,5 procent under kvartalet (20,8 procent valutajusterat).

Sport- och fritidsmarknaden fortsatte uppvisa en positiv utveckling i vår största region (Europa och övriga världen) och vi uppnådde en tillväxt om 21,1 procent under kvartalet i denna region (12,8 procent valutajusterat). Vi såg en positiv utveckling inom de flesta kategorierna och i de flesta marknaderna under kvartalet, drivet av både nya produkter och fortsatt positiv utveckling för våra återförsäljare.

I regionen Amerika var utvecklingen inom sport- och fritidsmarknaden något svagare. I denna region står dessutom kategorin väskor för hemelektronik för en större andel av vår försäljning än i Europa och övriga världen och som tidigare kommunicerat förväntar vi oss att de nya produkter vi lanserade under hösten 2014, och kommer lansera under våren 2015, i denna kategori ska kunna skapa tillväxt först under andra halvan av 2015. Omsättningen för regionen ökade med 28,1 procent (1,3 procent valutajusterat).

PRESSMEDDELANDE **Thule Group**»

Specialty segmentet visar förbättrat resultat

Inom Specialty ökade omsättningen med 65,2 procent under kvartalet (33,4 procent valutajusterat) med framförallt snökedjeförsäljningen i Europa som starkt bidragande faktor. Efter ett extremt snöfattigt helår 2014 fick de centraleuropeiska marknaderna en mer normal vinter under första kvartalet som resulterade i ökad försäljning.

Underliggande EBIT ökade till 16 Mkr (-6) under kvartalet.

Effektivare distribution

Vårt nya östeuropeiska distributionscenter togs i drift i januari 2015 och kommer att möjliggöra en mer effektiv distribution till marknaderna i Östeuropa från och med andra halvåret 2015. Under kvartalet påbörjades också arbetet med vår nya distributionsstruktur för västra Europa, vilket bland annat kommer medföra att vi under andra kvartalet 2015 kommer stänga vårt lager för väskor i Belgien för att istället flytta verksamheten till ett tredjeparts-lager i Holland.

Lönsam tillväxt fortsatt i fokus

Sammantaget kan jag konstatera att första kvartalet var positivt och vi fortsätter befästa vår ledande position inom sport- och fritidssektorn med högkvalitativa produkter under mottot *Bring your life*. Vår strategi ligger fast och vi avser fortsätta driva lönsam tillväxt.

Bokslutskommunikén finns tillgänglig på 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

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