

Malmö, 22 juli, 2015

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

Lyckade produktlanseringar driver tillväxt

Vi har under kvartalet fortsatt stärka Thule Groups position som ett ledande företag inom sport- och fritidsbranschen. Framgångsrika lanseringar inom produktkategorier där vi har ledande marknadspositioner, t.ex. cykelhållare, har under kvartalet kompletterats med introduktioner inom våra nyare kategorier (barnvagnar och vandringsryggsäckar).

Under kvartalet har valutakurserna påverkat företaget positivt, med stor inverkan på framförallt försäljningen. Vi växte med 20,0 procent under kvartalet inklusive valutaeffekter, med dollar och euro utvecklingen som bidragande faktorer, men även valutajusterat visade vi en stark försäljningstillväxt om 6,4 procent.

Fortsatt god lönsamhetsutveckling

Under kvartalet fortsatte vi att öka lönsamheten och uppnådde en underliggande EBIT om 352 Mkr (300). Vår underliggande EBIT ökade med 17,2 procent rapporterat (8,7 procent valutajusterat), och vi uppnådde en underliggande EBIT marginal om 20,7 procent (21,2 procent) i kvartalet.

En större positiv valutaeffekt på nettoomsättningen än på underliggande EBIT påverkade under kvartalet underliggande EBIT marginal negativt. Valutajusterat uppnådde vi en förbättring om 0,5 procentenheter jämfört med föregående år, tack vare effektiviseringar.

Europa fortsatt starkt inom Outdoor&Bags

Segmentet Outdoor&Bags stod för 93 procent av Thule Groups omsättning under kvartalet och ökade med 18,2 procent (5,6 procent valutajusterat), med Europa som starkaste region. Underliggande EBIT ökade med 52 Mkr, motsvarande 15,7 procent under kvartalet (8,5 procent valutajusterat).

Sport- och fritidsmarknaden fortsatte uppvisa en positiv utveckling i Europa och vi växte med 16,1 procent under kvartalet i regionen Europa och övriga världen (10,4 procent valutajusterat). Vi såg en generell positiv utveckling drivet av både nya produkter och ökat återförsäljarfokus.

I regionen Amerika var utvecklingen inom sport- och fritidsmarknaden fortsatt relativt svag, men med hjälp av nya produktlanseringar växte Thule Group. I regionen utvecklades kategorin väskor för hemelektronik fortsatt negativt. Framförallt påverkades vi av en något svagare latinamerikansk marknad, en allmänt svagare trend inom kameraväskor, men även av medvetna kommersiella beslut att stiga av en del mindre lönsamma affärer. Omsättningen för regionen ökade med 22,5 procent (en minskning med 2,6 procent valutajusterat).

PRESSMEDDELANDE Thule Group»

Ökad försäljning inom Specialty segmentet

Inom segmentet Specialty ökade omsättningen med 49,2 procent under kvartalet (16,4 procent valutajusterat). 91 procent av segmentets omsättning genererades av Work Gear kategorin, då snökedjor av naturliga skäl har en mycket begränsad försäljning under kvartalet.

Underliggande EBIT för kvartalet var i linje med föregående år -10 Mkr (-10), en försämring valutajusterat om 2 Mkr.

Effektivare distribution och administration

I syfte att effektivisera vår verksamhet har vi under det senaste året genomfört ett antal strukturella projekt inom distributionsledet. I kombination med det genomgripande affärssystemprojekt som slutfördes under 2014, har detta skapat större effektivitet i ett antal stödfunktioner inom koncernen.

Under juli månad beslutades att genomföra en omorganisation som leder till personalneddragningar vid företagets verksamheter i USA, Belgien och Hong Kong. Totalt handlar det om ca 50 tjänster som försvinner, med en förväntad årlig besparing om ca 20 Mkr och engångskostnader om ca 10 Mkr som följd.

Lönsam tillväxt fortsatt i fokus

Sammantaget kan jag konstatera att första halvåret varit positivt och att vi fortsätter befästa vår ledande position inom Sport- och fritidssektorn med produkter som gör det lätt för konsumenter att ta med sig allt de vill för att leva ett aktivt liv.

Hela rapporten finns publicerad på www.thulegroup.com/sv/rapporter

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