

Pressmeddelande

Malmö, 20 juli, 2017

Thule Groups vd och koncernchef Magnus Welander kommenterar till andra kvartalet, april-juni, 2017

Ökad försäljning och mycket god lönsamhet

Lyckade produktlanseringar och fortsatta framgångar i återförsäljarledet innebar att vi levererade ett starkt resultat i det andra kvartalet 2017. Tack vare en försäljningstillväxt om 9 procent (valutajusterat), i kombination med en mycket kostnadseffektiv organisation, nådde vi 24,2 procents EBIT under det andra kvartalet.

Den förbättrade lönsamheten uppnåddes trots ökande råmaterialskostnader och ambitiösa satsningar inom produktutveckling i våra nyare produktkategorier.

I och med avyttringen av vårt Specialty segment under kvartalet är vi nu ett renodlat varumärkesdrivet konsumentvarubolag med starka positioner inom flera produktkategorier som gör det enklare för människor att leva ett aktivt liv.

Ökad försäljning i hela världen

Region Europe & ROW var återigen drivande vad gäller tillväxt med 12 procent valutajusterad ökad omsättning under det andra kvartalet, vilket innebär 14 procents ökning för årets sex första månader.

I Region Americas ökade försäljningen med 2 procent (valutajusterat) under kvartalet, i en tuff marknad, och första halvåret har vi därmed ökat omsättningen med 4 procent valutajusterat.

Trenderna för produktkategorierna fortsatte i linje med det vi sett tidigare under året i båda regionerna.

Globala framgångar i Sport&Cargo Carriers

Inom Sport&Cargo Carriers drevs tillväxten framför allt av våra innovativa cykelhållare, där speciellt de dragkroksmonterade Thule EasyFold XT (Region Europe & ROW) och Thule T2 Pro (Region Americas) ökade försäljningen efter att ha utsetts till klara testvinnare i en mängd olika cykelrelaterade mediakanaler.

Vi fortsätter inom denna kategori att kraftsamla och standardisera våra produktutvecklingsinsatser. Under 2017 har detta inneburit synergier och effektivitet i den globala utrullningen av nya produkter som de nya Thule Motion XT takboxarna, samt frigjort resurser för produktutveckling inom nyare produktkategorier som barnvagnar och resväskor.

Starkare varumärke inom Active with Kids

Våra globala framgångar inom Active with Kids kategorin fortsätter med en allt mer positiv bild av Thule varumärket inom media och bland återförsäljare. Lyckade lanseringar av de nya Thule Chariot multisport-vagnarna och Thule Yepp cykelstolarna samt fortsatt stark tillväxt för Thule Urban Glide joggingvagnarna har drivit på denna kategori under 2017.

Konsumenternas användande skiljer sig åt runtom i världen vad gäller multisportvagnar och cykel-barnstolar, som används betydligt mer i länder som Tyskland, Holland och Norden och därmed stärker Region Europe & ROW. Däremot passar våra joggingvagnar bättre i

användarmönster som syns globalt och dessa modeller stärker Thule varumärket inom barnproduktskategorin på en global basis.

Husbilsmarknaden het under första halvåret

Under första halvåret har utvecklingen i den europeiska husbils- och husvagnsmarknaden varit mycket positiv och vi har fortsatt vinna marknads-andelar. Vi ser det inte som sannolikt att marknaden kan fortsätta med samma mycket starka utveckling under andra halvåret, men är ändå fortsatt trygga med en positiv utveckling, om än i något lugnare takt.

En bättre bas för framtiden i väskkategorin

Inom väskkategorin uppvisar vi fortfarande inte tillväxt, men situationen är trots det betydligt stabilare än vid samma tid förra året. Den nya Thule Subterra familjen av väskor för den moderna affärsresenären uppvisar lovande resultat, även om det är för tidigt att bedöma hur väl satsningen kommer falla ut.

Genom lanseringar av nya vandringsryggsäckar och cykelväskor fortsätter vi växa inom sportväskor och även inom den mer utmanade kategorin Bags for Electronic Devices har vi under första halvåret skapat tillväxt inom mindre ryggsäckar och datorväskor.

Dock fortsatte den amerikanska marknaden att vara svår inom de traditionella Case Logic kategorierna, vilket påverkade Region Americas negativt.

Full fart mot mässperioden

Vi är nu mitt uppe i slutförberedelserna för 2017 års tunga mässperiod och jag känner mig mycket nöjd med att kunna återigen konstatera att vi aldrig tidigare visat upp så många spännande nya produkter som vi kommer göra på 2017 års mässor. Dessa satsningar kommer vi prata mer om på höstens kapitalmarknadsdag.

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 bolaget produkter inom produkt-kategorierna **Sport&Cargo Carriers** (t.ex. takräcken, takboxar, hållare för cykel-, vatten- och vintersporter som transporteras med bil), **Active with Kids** (t.ex. cykelkärror, barnvagnar, cykelbarnstolar), **RV Products** (t.ex. markiser, cykelhållare och tält för husbilar och husvagnar), **Sport&Travel Bags** (t.ex. vandringsryggsäckar, resväskor) och **Bags for Electronic Devices** (t.ex. dator- och kameraväskor). Thule Group har cirka 2 200 anställda vid 8 produktionsanläggningar och 35 försäljningskontor över hela världen. Produkterna säljs på 140 marknader och försäljningen under 2016 uppgick till 5,6 miljarder kronor. www.thulegroup.com