

Vd och koncernchef Magnus Welanders kommentarer till Thule Group (publ) delårsrapport kvartal 2, april-juni, 2019

Fortsatt tillväxt i andra kvartalet, dock i något lägre takt

Efter en mycket bra start på 2019 var tillväxten under slutet av det andra kvartalet något lägre. Omsättningen i andra kvartalet blev 2 311 Mkr (2 155), en ökning med 7,3 procent (3,0 procent valutajusterat). För det första halvåret var tillväxten därmed 10,1 procent (4,9 procent valutajusterat).

I kvartalet ökade EBIT med 34 Mkr till 558 Mkr (523), vilket innebar att vi uppnådde en EBIT-marginal på 24,1 procent. För det första halvåret har vi därmed uppnått en EBIT-marginal om 21,7 procent.

Region Europe & ROW – tillväxttakt dras ner av Norden och Ryssland

I kvartalet ökade försäljningen med 3,2 procent valutajusterat i regionen, vilket innebär en tillväxt med 6,3 procent valutajusterat under första halvåret. Majoriteten av marknaderna i regionen uppvisade stabil tillväxt.

Som kommunicerades i samband med rapporten för första kvartalet var försäljningen stark de sista dagarna i mars, vilket innebar att våra kunder gick in i andra kvartalet med relativt större lager.

Ett antal stora kunder i Norden och Ryssland har haft generella utmaningar, vilket påverkat vår försäljning. Vi ser en viss ljusning i Norden, medan vi förväntar oss en fortsatt negativ situation i Ryssland under resten av året.

Försäljningen av takräcken var lägre än förväntat och vi bedömer att vi underskattat mängden takräcken som distributörsledet haft i lager inför lanseringen av vår nya takräckes-generation. Vi tror att detta är en temporär negativ effekt och att momentum kommer att byggas upp under slutet av detta och början av nästa år.

Den förväntade minskade försäljningen av produkter till husbilstillverkare blev tydlig i slutet av kvartalet. Vi förväntar oss en svagare marknad under andra halvan av året i och med att husbilstillverkare och återförsäljare säljer ner lager av äldre modeller. Vad gäller konsumentköp av husbilar är trenden dock fortsatt positiv, vilket gör att vi är positiva till marknadsutvecklingen på längre sikt.

Kategorin Active with Kids fortsätter att utvecklas väl, framför allt drivet av vårt breddade utbud inom barnvagnar och stark tillväxt av cykelvagnar.

Försäljningen av resväskor och sportväskor utvecklades väl och drev tillväxten inom Packs, Bags & Luggage.

Region Americas – tillväxt trots svagt Latinamerika samt tariffpåverkan i USA

I Region Americas ökade försäljningen med 2,3 procent valutajusterat under det andra kvartalet. Exkluderat tillväxten inom taktält, genom förvärvet av Tepui, och de negativa effekterna av den tidigare kommunicerade utfasningen av mindre lönsamma produkter kopplade till vissa OE-kontrakt, ökade försäljningen med 0,3 procent valutajusterat.

Integrationen av Tepui är genomförd och försäljning av taktält ökade organiskt jämfört med föregående år. I samband med sommarens Outdoormässor informerade vi att vi från 2020 kommer sälja produkterna under varumärket Thule.

Efter en stark april och stabil maj var juni månads tillväxt en besvikelse i USA. Butiker blev mer försiktiga i samband med de i maj kommunicerade ytterligare 15% tariffen på kinesiska varor.

Ett flertal av tillväxtländerna i Latinamerika fortsatte ha en mycket utmanande ekonomisk situation och vi såg en minskad försäljning under andra kvartalet.

Ljuspunkterna var att regionens näst största marknad, Kanada, som förväntat återgick till god tillväxt under kvartalet samt att Brasilien fortsatte utvecklas väl. De nya kategorierna, resväskor och barnvagnar, växte även här snabbt i kvartalet.

Fortsatt tro på vår tillväxtplan

Trots en något svagare tillväxt under andra kvartalet är jag övertygad om framgångsreceptet i vår långsiktiga plan om att leverera hög lönsam tillväxt pådriven av fantastiska produkter, ett starkt varumärke, kostnadseffektiv marknadsföring och ett nära samarbete med våra butikskunder.

Vi har under juni månad börjat en intensiv period av mässor genom att presentera ett antal nya designvinnande fritidsprodukter för fritidsbranschen och kommer under tredje kvartalet fortsätta visa upp nya resväskor, cykelprodukter och barnvagnar som kommer i butik under nästa år.

Avslutningsvis hoppas jag att ni njuter av en aktiv sommar med många tillfällen att använda Thule produkter.

Magnus Welanders
Vd och koncernchef

Kontakter

Fredrik Erlandsson SVP Communications och Investor Relations
Tel: 070 309 00 21
E-mail: fredrik.erlandsson@thule.com

Om oss

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, taktält som monteras på bil), **Active with Kids** (t.ex. cykelkärror, barnvagnar, cykelbarnstolar), **RV Products** (t.ex. markiser, cykelhållare och tält för husbilar och husvagnar) och **Packs, Bags & Luggage** (t.ex. vandringsryggsäckar, resväskor och kameraväskor).

Thule Group har cirka 2 300 anställda vid 9 produktionsanläggningar och 35 försäljningskontor över hela världen. Produkterna säljs på 140 marknader och försäljningen under 2018 uppgick till 6,5 miljarder kronor.

www.thulegroup.com

Bifogade bilder

[Picture Of Magnus Welanders Thule Group](#)

Bifogade filer

[Vd och koncernchef Magnus Welanders kommentarer till Thule Group \(publ\) delårsrapport kvartal 2, april-juni, 2019](#)