

Thule Groups (publ) vd och koncernchef, Magnus Welanders, kommenterar företagets kvartalsrapport för tredje kvartalet, 2021

Stark tillväxt och hög lönsamhet

Försäljningstillväxten i det tredje kvartalet var 14 procent (16 procent valutajusterat) jämfört med samma period föregående år.

Tillväxten i tredje kvartalet var speciellt glädjande med tanke på de exceptionellt tuffa jämförelsesiffrorna från samma period 2020, då pandemin ledde till stängningarna samma vår som skapade en kraftig förskjutning av säsongen från våren och försommaren, till hösten. Valutajusterat var tillväxten i tredje kvartalet 2021 imponerande 75 procent jämfört med samma period 2019. Vår flexibla tillverkningsorganisation bevisade än en gång sin förmåga att framgångsrikt hantera stora svängningar och vi har därför kunnat möta merparten av efterfrågeökningen i marknaden.

För årets första nio månader ökade omsättningen med 44 procent, valutajusterat, jämfört med föregående år. Detta motsvarar en ökning med 55 procent, valutajusterat, mot samma period 2019.

Tillverkningskostnaderna fortsatte att öka under kvartalet, som förväntat. Ökningarna drevs av generellt stigande materialpriser, extrema fraktpriser samt kostnader relaterat till övertid och extrainsatt personal i våra monteringsfabriker.

Under kvartalet har vi genomfört tidigare kommunicerade prisökningar, som till viss del kompenserat för ökade tillverkningskostnader. Det är dock inte förrän i samband med nästa prishöjning i januari 2022 som vi kommer att kunna kompensera för dessa kostnadsökningar fullt ut.

I kvartalet uppnådde vi en EBIT-marginal om 24,2 procent (24,4) och för årets första nio månader en EBIT-marginal om 25,2 procent (21,7).

Region Europe & RoW – fortsatt positiv utveckling

I kvartalet ökade försäljningen i regionen med 7 procent, valutajusterat, jämfört med ett exceptionellt starkt tredje kvartal föregående år. Detta innebär att årets tredje kvartal uppvisade en tillväxt om 70 procent jämfört med motsvarande period 2019.

För årets första nio månader uppnåddes därmed en tillväxt om 40 procent valutajusterat, jämfört med föregående år, med mycket god utveckling i alla marknader.

Speciellt kategorierna Sport&Cargo Carriers och RV Products utvecklades väl inom alla produktgrupper, samtidigt som vi vann marknadsandelar. Detta trots utmaningar att till fullo möta den stora efterfrågan.

Region Americas – mycket stark tillväxt

I Region Americas ökade försäljningen under tredje kvartalet med hela 45 procent, valutajusterat. Detta innebar en tillväxt med 88 procent jämfört med det tredje kvartalet 2019. För årets nio första månader innebar det en tillväxt i regionen om 57 procent, valutajusterat, jämfört med föregående år.

Inom Sport&Cargo Carriers var tillväxten mycket god inom alla produktgrupper. Även inom kategorin Active with Kids fortsatte vi att leverera god tillväxt.

Väskkategorin växte även i detta kvartal. Med färre restriktioner och ökat resande, både till jobbet och för semester och fritid, ökade försäljningen inom våra viktigaste kollektioner.

Hög efterfrågan sätter fokus på kapacitetsökningar i en utmanande omvärld

Vi ser tydliga signaler på att den starka trenden för fritids- och semesteraktiviteter närmare hemmet kommer fortsätta.

Vår flexibla produktionskedja, med noggrant utvalda globala leverantörer och egna monteringsanläggningar i och nära våra huvudmarknader, bygger på att alltid ha tillgänglig kapacitet för att kunna möta efterfrågan, även vid tillfällena och tider då vi ser stora ökningar i efterfrågan.

I linje med vår strategi tidigarelägger vi därför ett antal kapacitetshöjande investeringar för att säkerställa framtida flexibilitet. Detta innebär att vi under 2022 kommer investera motsvarande 5 procent av vår omsättning, vilket är över våra historiska nivåer.

Vi ser en fortsatt utmanande omvärld under resten av året med fortsatt höga kostnader för material och transporter. Samtidigt bidrar det faktum att den del av personalen som under lång tid jobbat digitalt från sina hem, nu återvänder till kontoren, till en än starkare lagkänsla, ett effektivare samarbete och ytterligare energikick till organisationen.

Jag ser fram emot den närmsta tiden med stor tillförsikt, baserat på både de positiva signaler vi ser i marknaden och den positiva energin som finns i vår organisation.

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 Thule Group

Thule Group är ett världsledande globalt företag med produkter för sport och fritidsaktiviteter. Vi gör det enkelt för människor att ta med sig det de bryr sig om - på ett lätt, säkert och tilltalande sätt. Under mottot *Active Life, Simplified*. designar, tillverkar och säljer vi produkter med hållbarhet i

tankarna. Vi erbjuder produkter inom de fyra produktkategorierna **Sport&Cargo Carriers** (takräcken, takboxar, utrustning för cykel-, vatten- och vintersporter liksom taktält för montering på bilen), **Active with Kids** (cykelkärror, barnvagnar och cykelbarnstolar), **RV Products** (markiser, cykelhållare och tält för husbilar och husvagnar) och **Packs, Bags & Luggage** (ryggsäckar för vardagen, vandringsryggsäckar, resväskor och kameraväskor).

Thule Group har cirka 2 600 anställda vid 9 produktionsanläggningar och 35 försäljningskontor över hela världen. Produkterna säljs på 140 marknader och försäljningen under 2020 uppgick till 7,8 miljarder kronor.

www.thulegroup.com

Bifogade filer

[Thule Groups \(publ\) vd och koncernchef, Magnus Welander, kommenterar företagets kvartalsrapport för tredje kvartalet, 2021](#)