

Pressmeddelande

Stockholm den 22 oktober 2007

VD och koncernchef Hans Stråberg kommenterar tredje kvartalet 2007

Det finns mycket jag är nöjd med i vår rapport för det tredje kvartalet. Vi växte på en krympande amerikansk marknad, tog marknadsandelar och förbättrade vårt resultat. Hårt arbetande medarbetare som arbetar nära de stora återförsäljarna, en begränsad exponering mot den svaga bostadssektorn och en förskjutning av efterfrågan till lågprissegmentet bidrog till den positiva utvecklingen i USA.

Vi fortsatte också att leverera bra resultat inom dammsugarverksamheten, inte minst i Europa där vi har nått den högsta marknadsandelen på fyra år. Electrolux verksamhet i Latinamerika levererade det bästa resultatet för tredje kvartalet sedan Electrolux startade sin verksamhet i regionen.

Resultatet för Electrolux vitvaror i Europa var däremot en stor besvikelse. Trots att våra nya produkter togs emot väl av konsumenterna och att vi i stort sett nådde våra försäljningsprognoser så hade vi räknat med ett betydligt bättre finansiellt utfall.

Den marknadsföring och produktlansering vi gjort är den bredaste i vår historia. Vi har nått uppsatta mål såsom högre genomsnittspriser, inom alla kategorier och i nästan alla länder, och ett betydligt starkare Electrolux-varumärke. Vi säljer dyrare produkter och många fler europeer föredrar Electrolux.

Den omfattande och koordinerade lanseringen innebar att vi prioriterade tid, framför kostnad. Det har lett till att många produkter har för höga produktionskostnader i förhållande till målsättningarna.

Vi arbetar intensivt med att lösa problemen, men det kommer att ta tid innan vi når det resultat som vi räknat med. Under det tredje kvartalet kunde vi också notera en försvagning av efterfrågan på några av våra viktigaste marknader i Europa, främst Tyskland, vilket också påverkat vår utveckling.

AB ELECTROLUX (PUBL)

POSTADRESS
105 45 STOCKHOLM
BESÖKSADRESS
S:T GÖRANSGATAN 143

MEDIA HOTLINE
08-657 65 07
TELEFAX
08-738 74 61

INVESTOR RELATIONS
08-738 60 03
HEMSIDA
www.electrolux.com

E-MAIL ADDRESS
ir@electrolux.se
REG.NR.
556009-4178

Detta tillsammans med risken för fortsatt dämpad efterfrågan i Nordamerika innebär att vi nu är mer osäkra på resultatet för det fjärde kvartalet, som ska jämföras med ett mycket starkt fjärde kvartal 2006. Trots det behåller vi vår utsikt för helåret att rörelseresultatet, exklusive jämförelsestörande poster, förväntas bli något högre för 2007 än för 2006.

Jag är visserligen besviken på kostnadsutvecklingen i Europa, men framgångarna genom ett bättre genomsittspris, förstärkning av Electrolux-varumärket och en bättre mix gör att jag är övertygad om att vår strategi fungerar.

Innovativa produkter, ett starkt varumärke, lönsam tillväxt samt låga kostnader är den enda strategiska vägen för att nå en marginal i nivå med branschens genomsnitt. I det längre perspektivet ska våra marginaler vara bland de bästa i branschen.

Hans Stråberg
VD och koncernchef

Electrolux är världens ledande tillverkare av hushållsmaskiner samt motsvarande utrustning för professionell användning. Konsumenter köper mer än 40 miljoner Electrolux-produkter i 150 länder varje år. Företaget fokuserar på att, baserat på bred och djup konsumentinsikt, ta fram innovativa produkter designade med omtanke om användaren och som möter konsumenters och professionella användares behov. I Electrolux produktsortiment ingår kylskåp, diskmaskiner, tvättmaskiner, dammsugare och spisar under välkända varumärken som Electrolux, AEG-Electrolux, Zanussi, Eureka och Frigidaire. Under 2006 hade Electrolux en omsättning på 104 miljarder kronor och 56 000 anställda. För mer information, besök <http://www.electrolux.com/press>.