

Pressmeddelande

Stockholm den 17 juli 2007

VD och koncernchef Hans Stråberg kommenterar andra kvartalet 2007

Vinsten ökade med 16% första halvåret

Under de senaste åren har vi stegvis förbättrat vårt resultat. Det gäller även detta kvartalsresultat. Jämfört med andra kvartalet förra året ökade vårt resultat med 9% och med 16% om vi jämför med det första halvåret 2006.

Jag är nöjd med mycket som hänt under andra kvartalet. Speciellt att vi på en svag nordamerikansk marknad, med fortsatt fallande volymer, lyckades växa och ta marknadsandelar samtidigt som vi förbättrade resultatet. Andra glädjeämnen är utvecklingen i Latinamerika samt vår dammsugarverksamhet som fördubblade resultatet jämfört med motsvarande kvartal förra året. Det är också mycket glädjande att vi har tagit marknadsandelar i de flesta av våra regioner.

Däremot är jag besviken över resultatet för vår vitvaruverksamhet i Europa under det här kvartalet. Det svaga resultatet är framförallt en konsekvens av två omständigheter; produktlanseringar som har tagit längre tid än planerat samt ökade råvarukostnader. Vi befinner oss just nu i den mest omfattande produktlanseringen i Electrolux historia. Vi lanserar produkter i över 30 europeiska länder och förnyar närmare 15% av vårt produktutbud. I Storbritannien, som är en av våra viktigaste marknader, byter vi till exempel ut hela 40% av våra produkter. Detta skapar komplexitet för oss och våra återförsäljare, och det har tagit tid att sälja ut våra äldre modeller.

De nya produkterna har mottagits mycket väl på marknaden, vilket stärker min övertygelse att lanseringarna i slutändan kommer att bli framgångsrika, men att det kommer att ta något längre tid innan de får en positiv effekt på resultatet.

Råvarukostnaderna fortsätter att vara ett bekymmer för oss. Detta gäller för hela koncernen, men under kvartalet framförallt för vår verksamhet i Europa. Under det andra kvartalet steg råvarukostnaderna ytterligare och vi förväntar oss att kostnaderna för helåret kommer att öka med cirka 2 miljarder kronor, vilket skulle innebära att sedan 2004 har råvarukostnaderna för Electrolux stigit med cirka 8 miljarder kronor.

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

Jag har många gånger påtalat att den gigantiska omvandling som sker i Electrolux, i form av lanseringar av nya, innovativa produkter samtidigt som stora delar av vår produktion flyttas till lågkostnadsländer, kan komma att störa resultatet för enskilda kvartal. Dock är jag förvissad om att vi genom effektivt arbete med att utveckla nya innovativa produkter, fortsatt varumärkesbyggande, lönsam tillväxt samt kostnadsbesparande åtgärder ska nå en marginal i nivå med branschens genomsnitt. I det längre perspektivet ska våra marginaler vara bland de bästa i branschen.

Sammanfattningsvis gör detta att vi bibehåller vår utsikt att rörelseresultatet, exklusive jämförelsestörande poster, för helåret 2007 förväntas bli något högre än för 2006.

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>.