

Köksprodukter

Köksprodukterna står för mer än hälften av koncernens försäljning. Electrolux strävar efter att ta fram konkurrenskraftiga produkter som tillgodoser globala behov och som går att anpassa till regionala skillnader.

Konsumenttrender

Själva sättet att tillaga mat är oftast det som skiljer konsumenter i olika delar av världen. Behovet av olika funktioner hos köksprodukterna är däremot i stort sett detsamma oavsett världsdel. Förutom krav på energieffektivitet vill konsumenter ha köksprodukter som är tystgående och användarvänliga. Individuella lösningar och tilltalande design är viktiga eftersom produkterna ska avspegla ägarnas personligheter och värderingar samt harmonisera med övriga produkter i köket. Trots att konsumenterna till vardags ägnar allt mindre tid åt att laga mat ökar intresset för mer avancerad hobby- och festmatlagning, parallellt med en starkt växande hälso- och välbefinnandetrend. Konsumenter efterfrågar produkter som bevarar livsmedlens näringsämnen och fräschör såväl före, under som efter tillagning.

Marknad

Inbyggnad av köksprodukter blir vanligare över hela världen, och utvecklingen är speciellt stark i Europa, Mellanöstern, Sydostasien och Australien. Inbyggnadsprodukter säljs främst av kökstillverkare, vilket innebär att köksskåp och vitvaror tillsammans skapar ett enhetligt och harmoniskt intryck. Vanligtvis är lönsamheten högre för inbyggnadsprodukter än för fristående produkter.

Inom diskmaskiner finns en stor tillväxtpotential. I Europa har färre än hälften av hushållen diskmaskin, vilket delvis beror på att diskmaskiner fortfarande felaktigt anses förbruka mycket vatten. I Brasilien har endast 2 procent av hushållen diskmaskin.

Electrolux köksprodukter

Marknadsposition

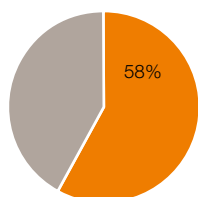
Electrolux köksprodukter står för mer än hälften av koncernens försäljning och produkterna är väl representerade bland de mest energieffektiva alternativen på marknaden. Inom inbyggnadsprodukter har Electrolux under de senaste åren stärkt sin position genom nya samarbeten med ledande kökstillverkare. I slutet av 2010 lanserades nya och innovativa produkter inom inbyggnadssegmentet på delar av den viktiga europeiska marknaden.

Electrolux strävar efter att ta fram konkurrenskraftiga produkter som tillgodoser globala behov och som går att anpassa till regionala skillnader vad gäller exempelvis önskemål om design och elstandard.

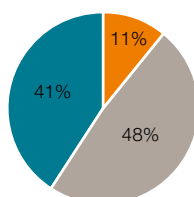
Varumärken

Cirka 60 procent av koncernens köksprodukter i Europa säljs under varumärket Electrolux, inklusive dubbelmärkning. Andra viktiga varumärken i Europa är AEG och Zanussi. På den nordamerikanska marknaden säljs produkter för köket under varumärket Electrolux i premiumsegmentet och under varumärket Frigidaire i mellanprissegmentet. I Latinamerika och Asien säljs merparten av köksprodukterna under varumärket Electrolux. Koncernens viktigaste varumärken i Australien är Electrolux, Westinghouse och Simpson. Electrolux tillverkar även produkter som säljs under olika detaljhandelskedjors egna varumärken.

Köksprodukternas andel av koncernens försäljning

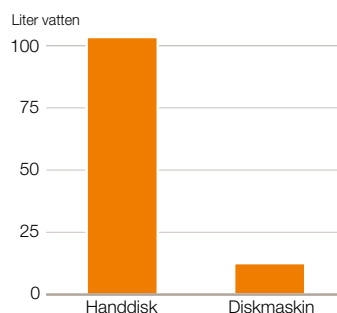


Produktkategorier inom köksprodukter



- Disk
- Förvaring (kylskåp, frys)
- Tillagning (spis, häll, ugn)

Vatten- och energieffektiva diskmaskiner



Enligt en studie från Bonns universitet i Tyskland går det i genomsnitt åt 103 liter vatten när en konsument handdiskar en mängd disk motsvarande en full diskmaskin. Om konsumenten i stället använder en modern, vattensnål diskmaskin från Electrolux går det bara åt 12 liter för samma mängd disk. Electrolux nya diskmaskiner drar dessutom bara 1 kWh per diskomgång.

Kylskåp och frysar

Enklare kylskåp och frysar är hårt konkurrensutsatta produkter med relativt låga lönsamhetsmarginaler. Innovativa produkter såsom frostfria frysar uppvisar däremot en stark tillväxt och lönsamhet. Electrolux utvecklar nya funktioner och energisnåla förvaringslösningar som tillgodoser de behov som konsumenterna har.

För att motverka att mat slängs i onödan finns det behov av kylskåp som kan bevara de olika råvarornas fräschör länge. Electrolux har tagit fram ny teknik som oavsett klimat säkerställer att matvaror behåller näringsvärde, smak och lukt under förvaring.

För stora köksprodukter såsom kylskåp kommer mer än 80 procent av den totala miljöpåverkan från energiförbrukningen under användning. Lägre energiförbrukning innebär lägre totalkostnad för konsumenten. Till exempel förbrukar de mest effektiva kylskåpen och frysarna från Electrolux idag 65 procent mindre energi än de standardkylskåp som lanserades för 15 år sedan.

Spisar, ugnar och hållar

Koncernens starkaste och mest lönsamma position inom köksprodukter finns inom spisar, ugnar och hållar. De är tekniskt avancerade, vilket ökar möjligheterna till differentiering.

Innovationer driver starkt tillväxten inom dessa produktkategorier och Electrolux har utvecklat ett flertal nya funktioner som underlättar matlagning. Electrolux Inspiro är en ugn som med hjälp av sensorer känner av matens volym, och därefter beräknar och anpassar bästa tillagningsmetod, temperatur och anger var i ugnen plåten eller formen ska placeras. När maten är klar stänger ugnen av sig själv.

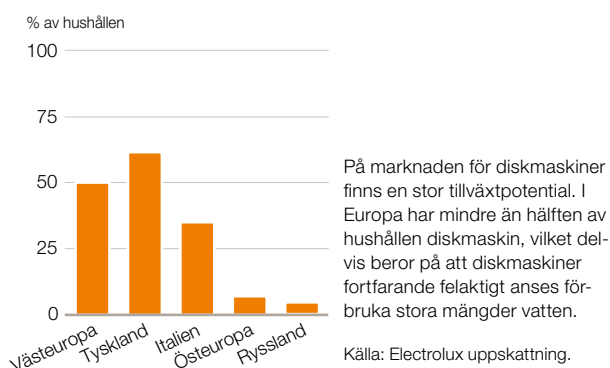
Ångugnar har länge använts inom restaurangvärlden av det enkla skälet att maten blir mycket mer smakrik. Vid tillagning med ånga bevaras den naturliga smaken och färgen liksom det mesta av råvarans vitaminer och mineraler. I Europa har Electrolux med stor framgång lanserat ångugnar även för hemmabruk.

Induktionshållar är ett annat segment som växer starkt, mycket tack vare att de är såväl tidseffektiva som energisnåla. Electrolux har som en av de första aktörerna inom kategorin en stark position. I Europa har induktionshållar sålts i mer än 10 år. I USA lanserade Electrolux under 2008 marknadens första induktionshållar.

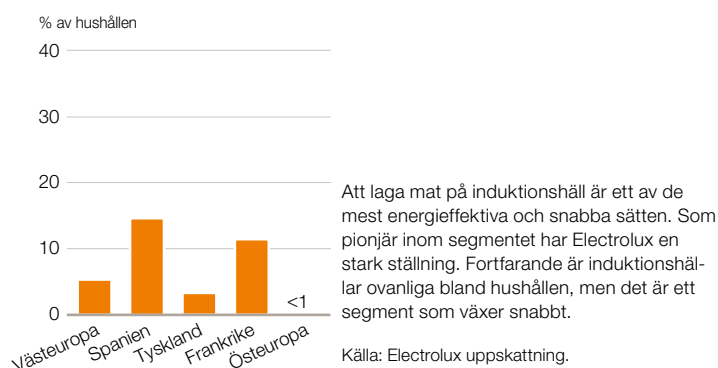
Diskmaskiner

Electrolux tillverkar vatten- och energisnåla diskmaskiner för både små och stora hushåll. Låg ljudnivå, skraddarsydd diskprogram och effektiva förvaringskorgar är andra behov som Electrolux kan tillgodose. De nya diskmaskinerna Electrolux RealLife® och AEG-Electrolux Proclean erbjuder stora utrymmen och flyttbara korgar som passar för all typ av disk. Energy Saver är ett knappval som finns på alla Electrolux nya diskmaskiner och som minskar elförbrukningen med upp till 25 procent. Utvecklingen av nya vatten- och energisnåla diskmaskiner har varit snabb inom Electrolux.

Låg marknadspenetration för diskmaskiner



Tillväxtpotential för induktionshållar



För att stärka och differentiera varumärket AEG inleddes i november 2010 en omfattande lansering av nya, innovativa vitvaror i Tyskland och Österrike. Produktserien Neue Kollektion står för en tydlig varumärkeskänsla och ett starkare designspråk, där endast materialen stål och glas används. Nya intuitiva kontrollpaneler gör produkterna lättare att använda.



Perfekt till form
och funktion

