

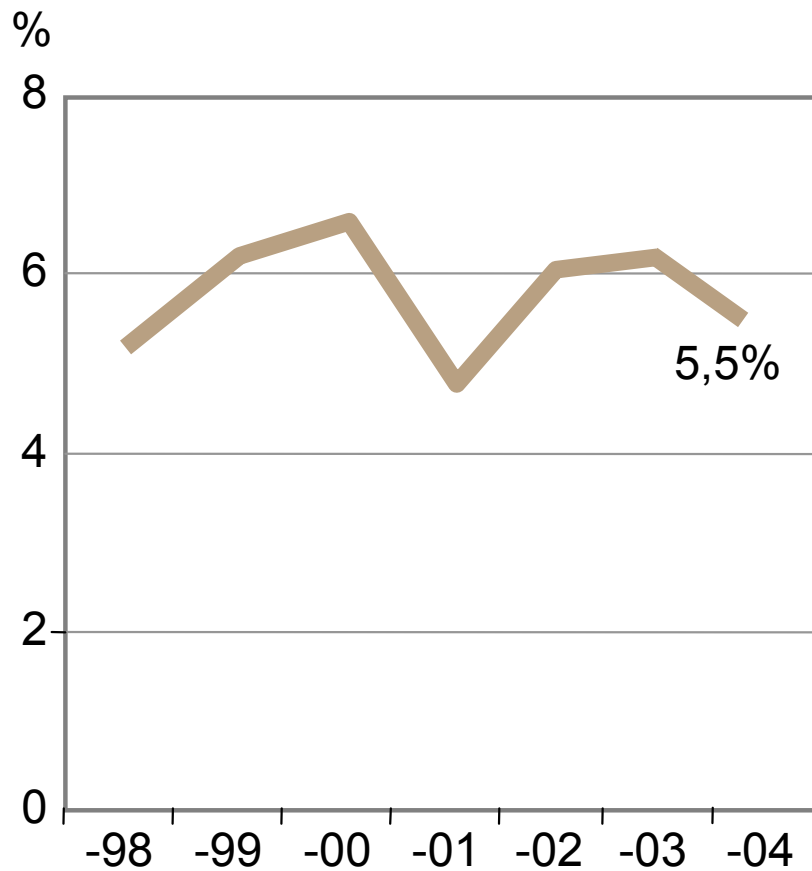
# VD och koncernchef Hans Stråberg har ordet



 **Electrolux**  
makes life a little easier™

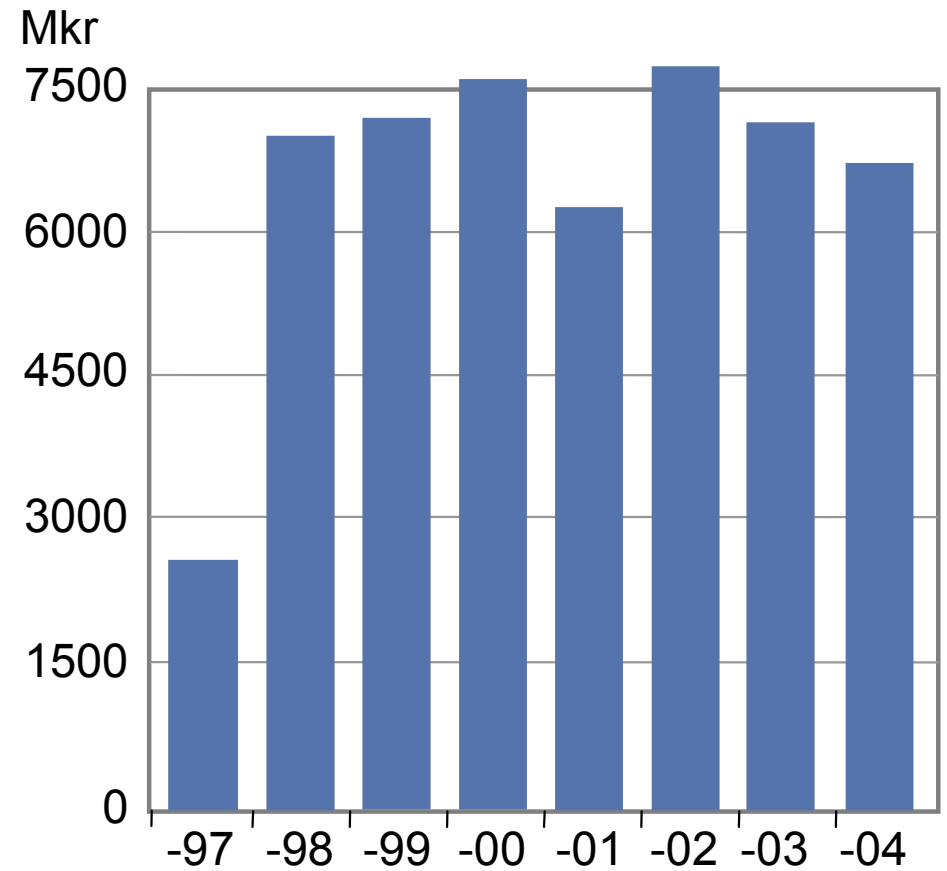
# Resultat 2004

## Rörelsemarginal



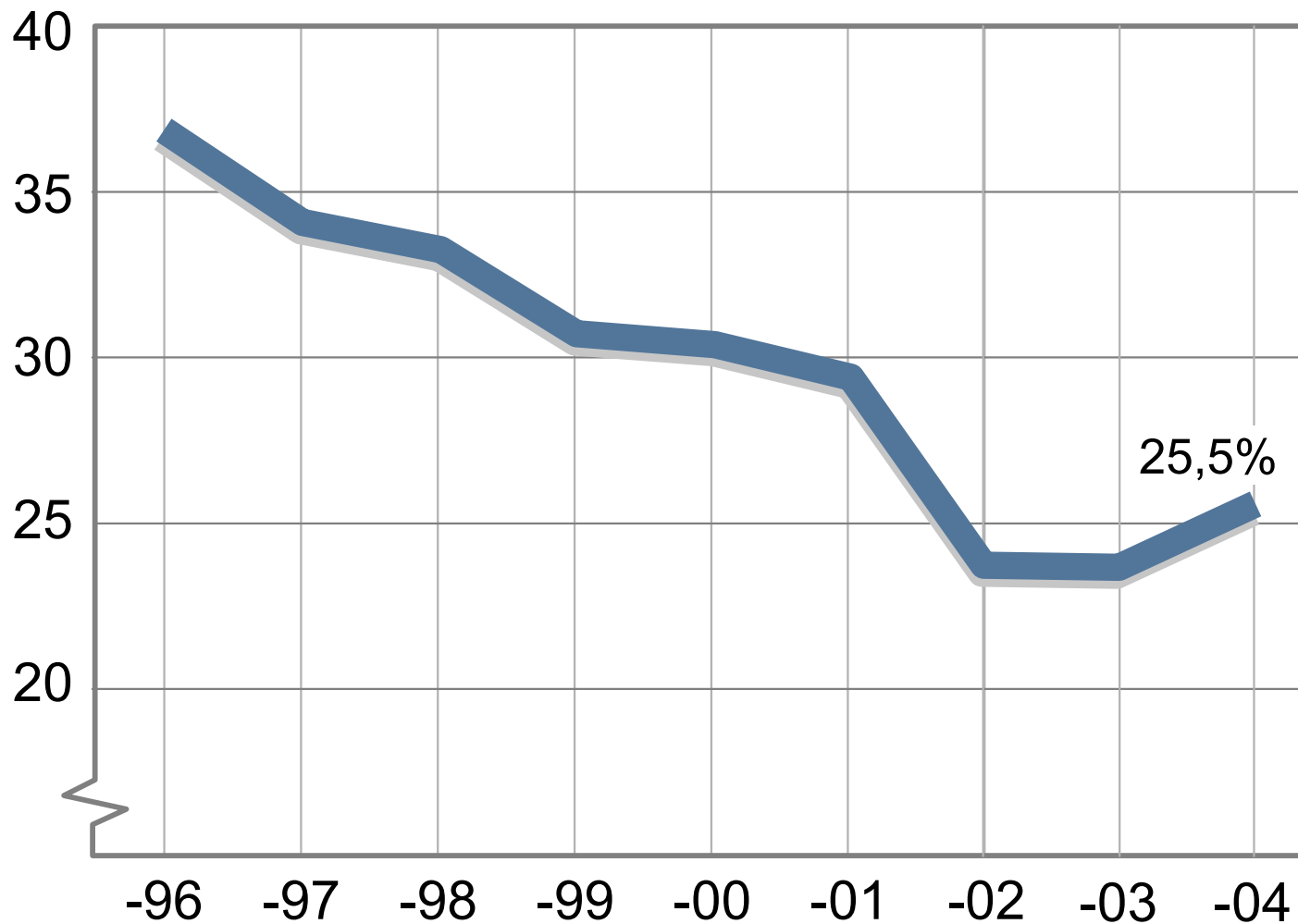
Exklusive jämförelsestörande poster

## Rörelseresultat

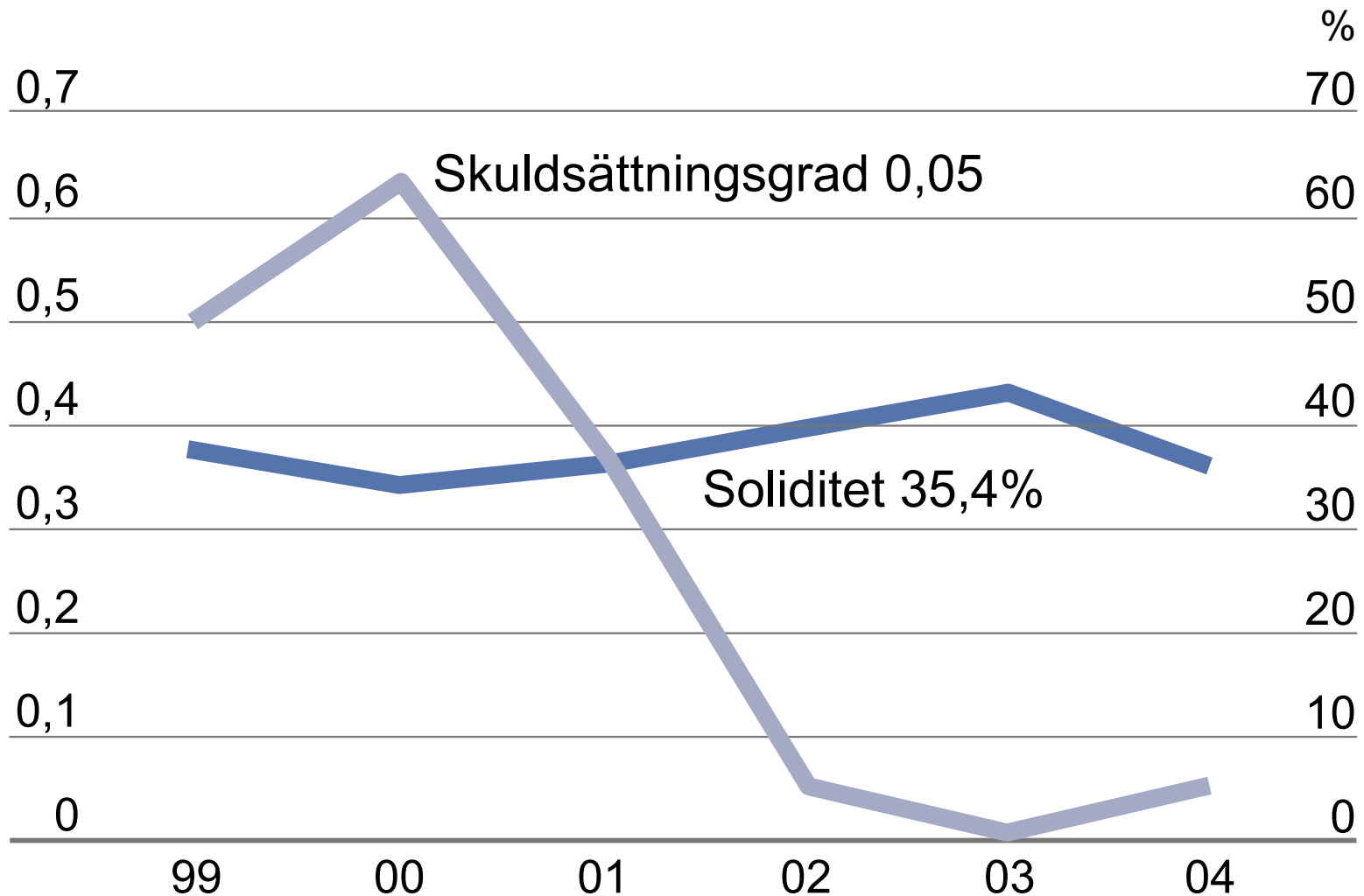


# Minskad kapitalbindning skapar värde

Nettotillgångar i % av nettoomsättning



# Soliditet och skuldsättningsgrad

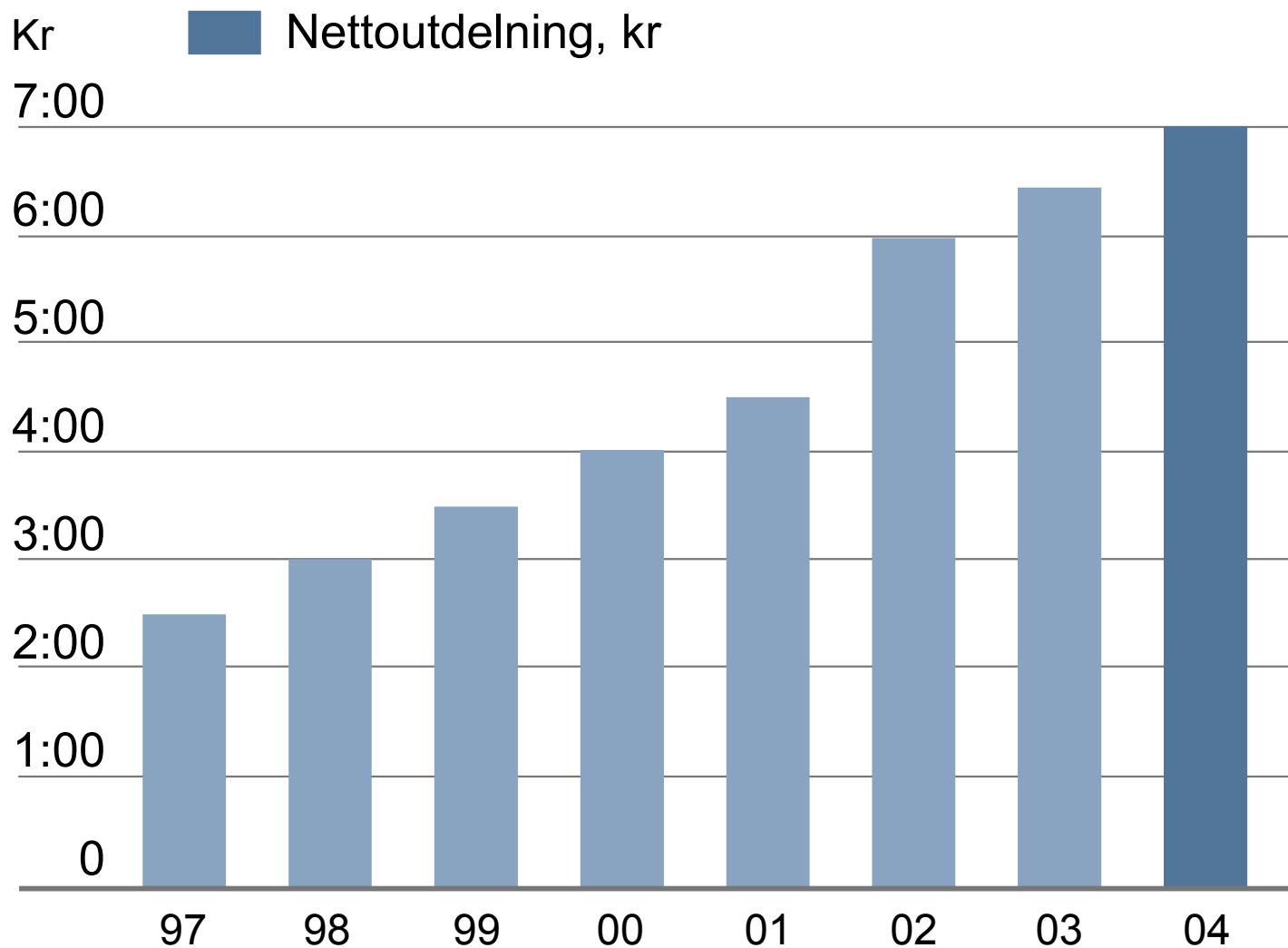


# Värdeskapande 2004



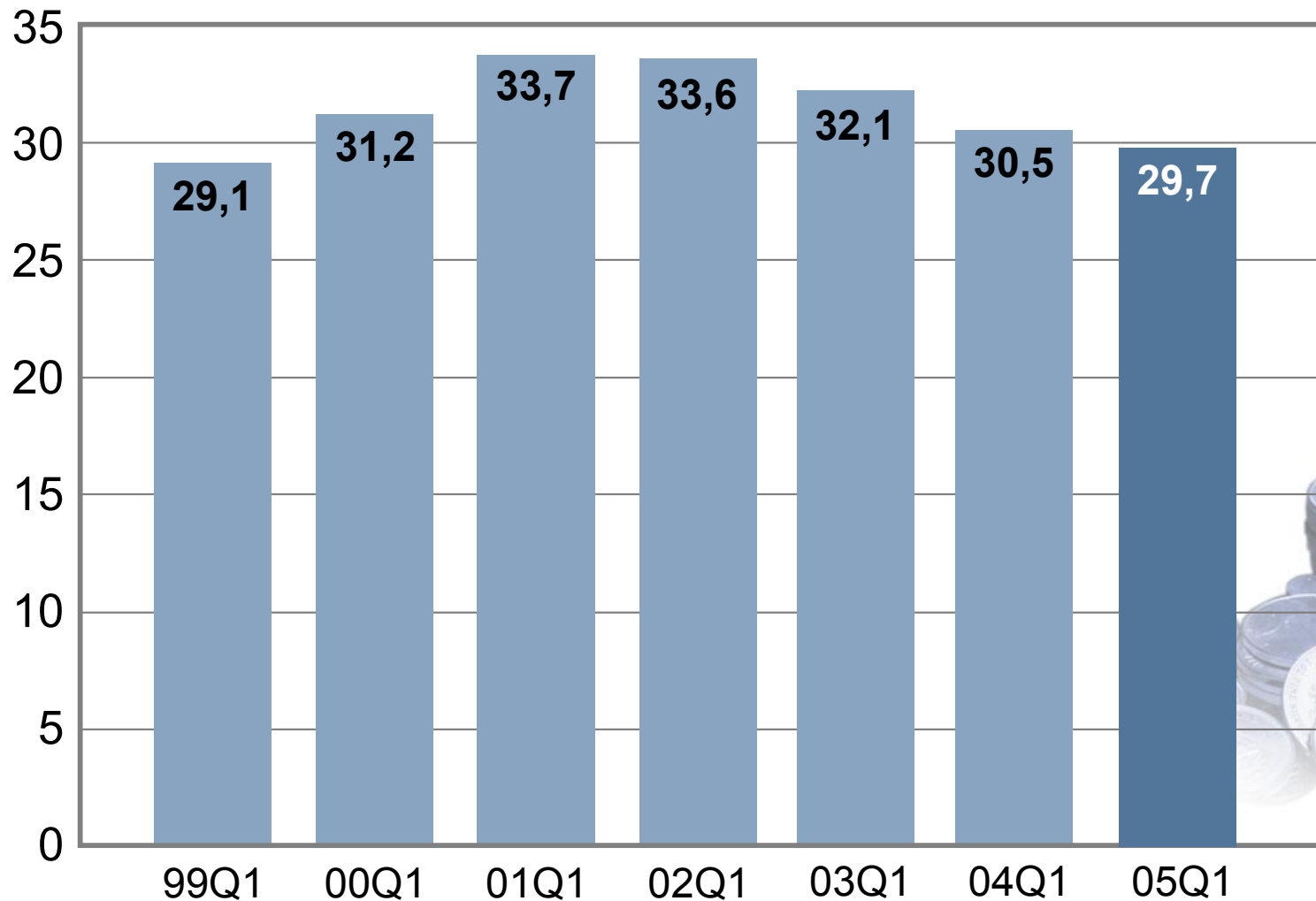
= Rörelseresultat (EBIT)	6 674 Mkr
– Kostnad för nettotillgångar	3 696 Mkr
<hr/>	
= Värdeskapande	2 978 Mkr

# Aktieutdelning 1997 - 2004



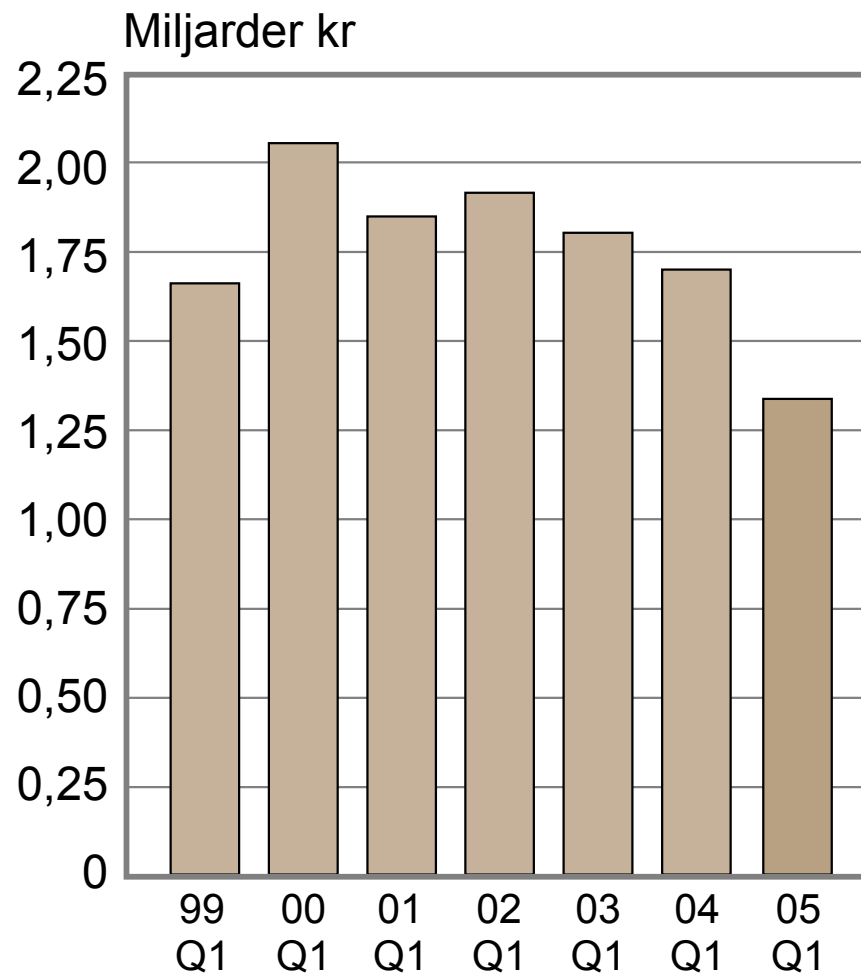
# Försäljning första kvartalet 1999-2005

Miljarder kr



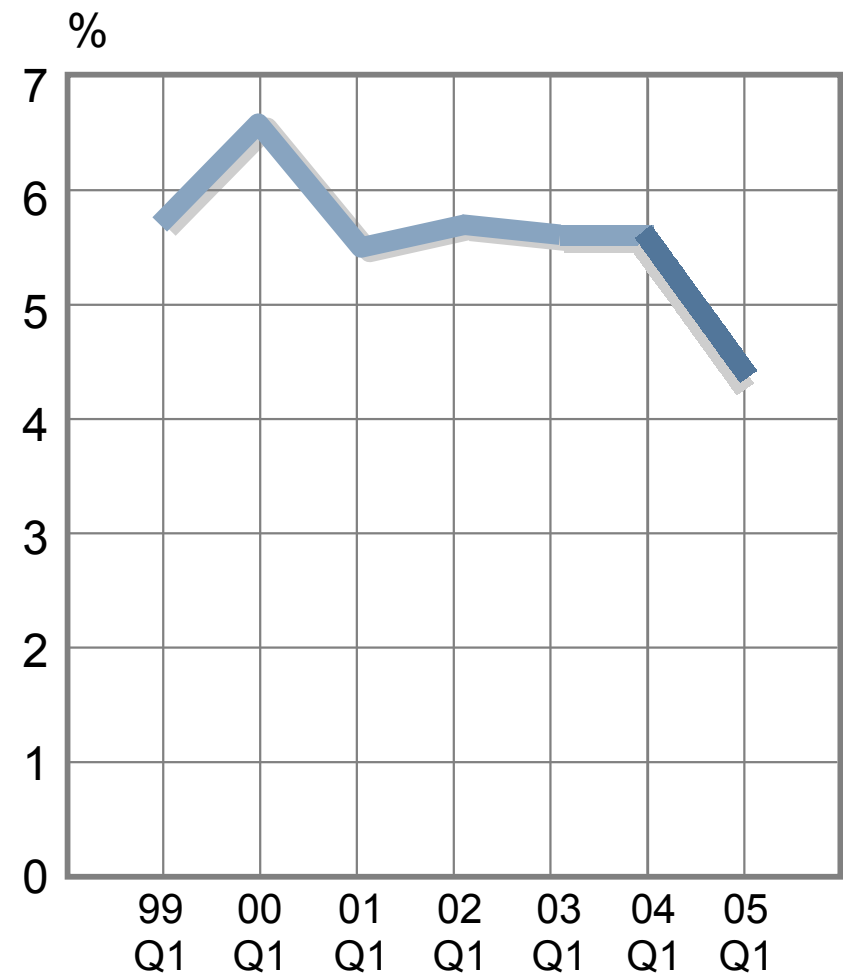
# Första kvartalet 1999-2005

## Rörelseresultat



Exklusive jämförelsestörande poster

## Rörelsemarginal





# Avskiljande av utomhusprodukterna

 **Electrolux**  
makes life a little easier™

- Begränsade samordningsvinster
- Olika strategiska utmaningar
- Synliggöra värdet
- Båda delarna vinner

 **Husqvarna**



# Inköp och tillverkning i länder med låga kostnader

 **Electrolux**  
makes life a little easier™



# Strukturåtgärder inom tillverkning beslutade under 2004

Fabrik	Tidpunkt för stängning	Kostnad Mkr	Antal anställda
▪ Kylskåpsfabriken i Greenville, MI, USA	2005	1.100	2.700
▪ Spisfabriken, Reims, Frankrike	2005	289	240
▪ Tillverkning av spisfläktar, Adelaide, Australien*	2005	205	550
▪ Tillverkning av kylskåp och frysar, Orange, Australien*	2005		
▪ Motorfabriken, Adelaide, Australien	2005		
▪ Spisfabriken, Christchurch, Nya Zeeland	2005		
▪ Dammsugarfabriken, Västervik	2005	220	500
▪ Dammsugarfabriken, El Paso, TX, USA	2004	153	
▪ Outsourcing, komponentverksamheten, El Paso, TX, USA	2005		850
▪ Fabriken för torktumlare, Tommerup, Danmark	2006	49	180

\* Del av fabrik

# Strukturåtgärder under de kommande fyra åren

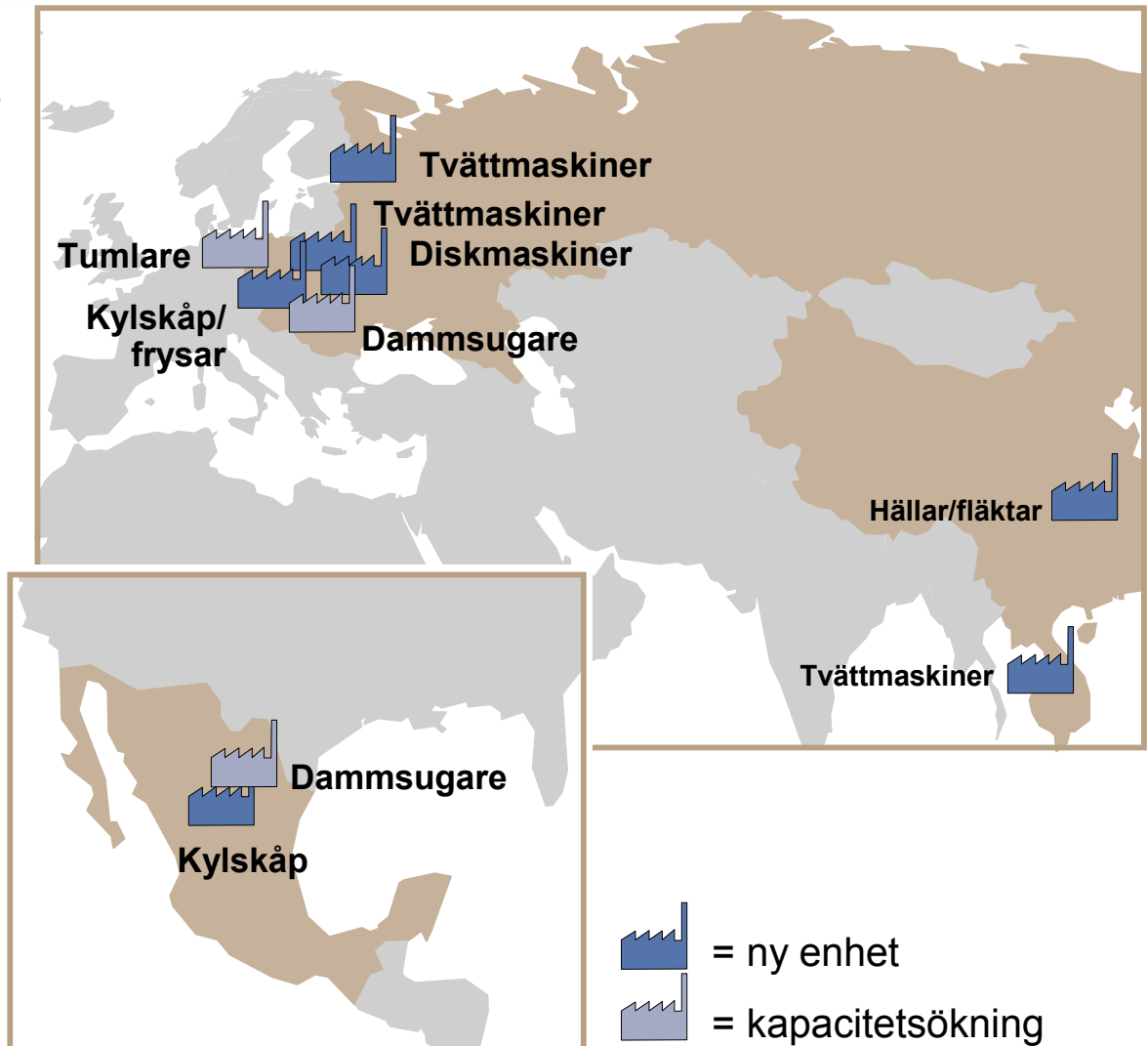


- Total kostnad 8 - 10 miljarder kr
- Årliga besparingar på 2,5 - 3,5 miljarder kr från år 2009
- Kan komma att beröra ca hälften av fabrikererna för vitvaror i högkostnadsländerna



# Investeringar i nya enheter

Kategori	Land	Investering SEKm	Startår
Kylskåp	Mexiko	1,200	05-06
Kylskåp/frysar	Ungern	600	05
Tvättmaskiner	Ryssland	80	05
Torktumlare	Polen	270	06
Tvättmaskiner	Polen	500	05-06
Diskmaskiner	Polen	275	05-06
Tvättmaskiner	Thailand	80	03
Hällar/fläktar	Kina	54	05



# Globala generationsplaner

 **Electrolux**  
makes life a little easier™

**Disk**

**Tvätt**

**Spis**

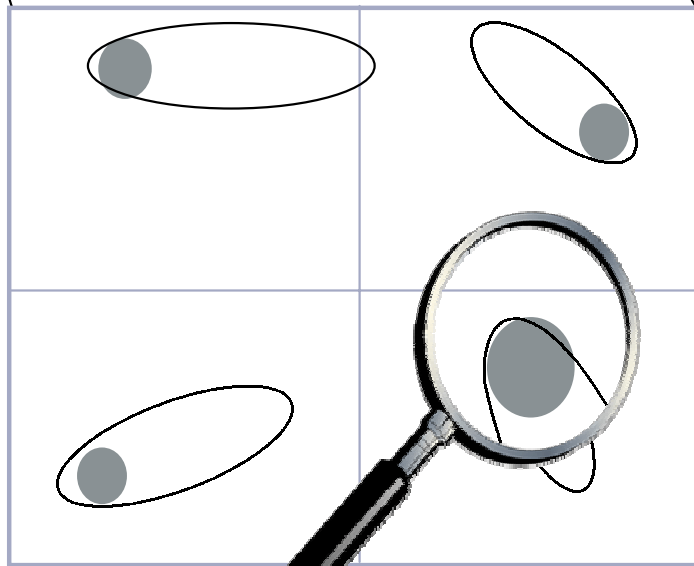
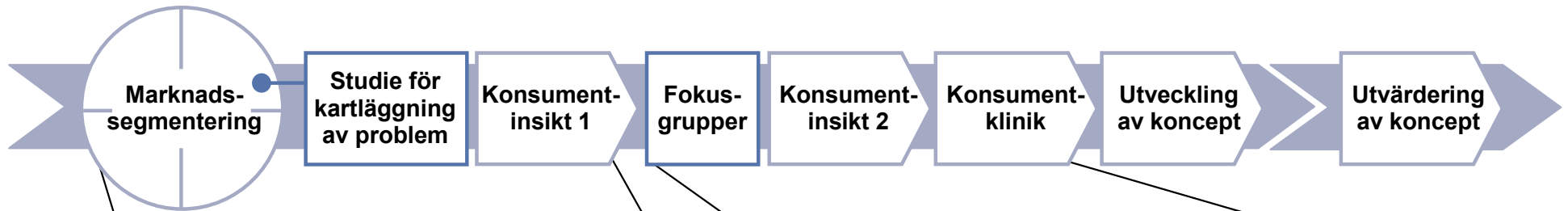
**Luftkonditionering**

**Kyla**



# Träffsäker produktutveckling

**Electrolux**  
makes life a little easier™



Hitta de växande lönsamma segmenten



Använda konsumentinsikt - bli observationer i hemmiljö - för utveckling av nya produkter

# Stegen mot en framgångsrik produkt – brasilianska Revolux

**Electrolux**  
makes life a little easier™

*Förstå / Observera*

*Visualisera / Realisera*

*Utvärdera / Justera*

**Fas 1**  
Konceptanalys

**Fas 2**  
Designavstämning  
koncept/prototyper

**Fas 3**  
Analys av köp-  
process

**Fas 4**  
Test av nya  
features

**Fas 5**  
"Matlagningstest"

**Fas 6**  
Slutlig design  
verifiering

**Fas 7**  
Elux vs konkurrenter  
Prisstudie



*18 månader*



# Frostfri frysbox

**Electrolux**  
makes life a little easier™



# Ergorapido

 **Electrolux**  
makes life a little easier™



# Nya produkter 2005

**Electrolux**  
makes life a little easier™



**Electrolux Libero-line utvecklad för de mindre restaurangerna**

# Nya produkter 2005

 **Electrolux**  
makes life a little easier™



**Husqvarna ProFlex 21 AWD är den första trädgårdstraktorn  
med fyrhjulsdraft**

# Nya produkter 2005

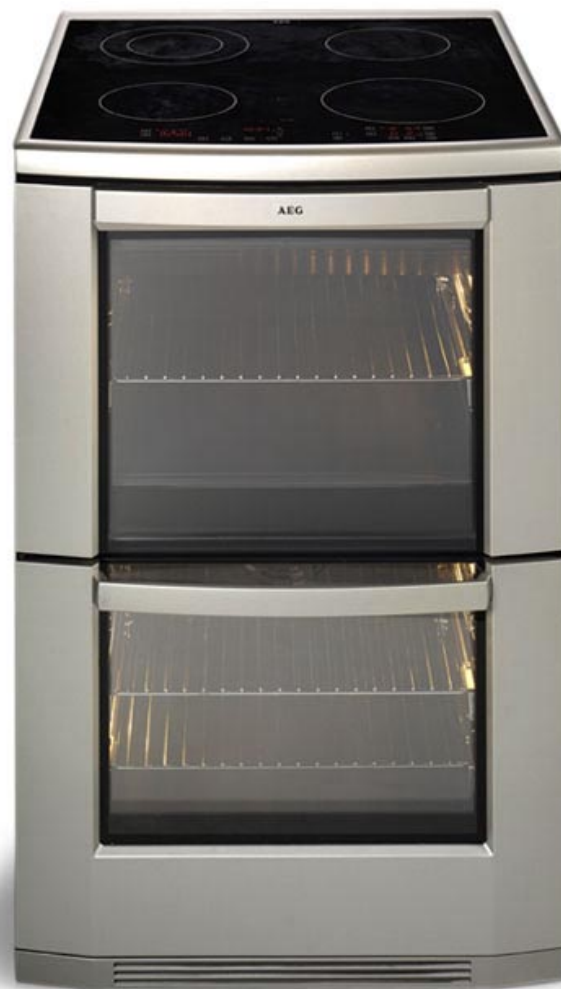
 **Electrolux**  
makes life a little easier™



**90 cm bred diskmaskin**

# Nya produkter 2005

 **Electrolux**  
makes life a little easier™



**Ny generation fristående spisar**

# Nya produkter 2005

 **Electrolux**  
makes life a little easier™



**Diskmaskinen Visi**

# Nya produkter 2005

 **Electrolux**  
makes life a little easier™



**1m bred spis med dubbla ugnar och stekhäll**



# Nya produkter 2005

 **Electrolux**  
makes life a little easier™



**Electrolux ICON utomhusgrill för Europa och USA**

# Nya produkter 2005

 **Electrolux**  
makes life a little easier™



**Electrolux vinkyl**



**Electrolux side-by-side för Europa**

# Nya produkter 2005

**Electrolux**  
makes life a little easier™



## Gashäll



## Spisar



## Dubbelugn



Det ledande globala  
varumärket i vår bransch

 **Electrolux**  
makes life a little easier™



# Dubbelmärke Italia Rex-Electrolux

 **Electrolux**  
makes life a little easier™



## Nome Rex. Cognome Electrolux.

Rex: il prestigio di una marca storica italiana, N. 1 del mercato, famosa per innovazione e il design dai suoi elettrodomestici. Electrolux: la garanzia del nome svedese, N. 1 mondiale degli elettrodomestici, da sempre sensibile alle tematiche ambientali e sociali. Due grandi nomi per la prima volta insieme, uniti in un'unica firma. Come testimoni, tre prodotti d'eccezione. Jetsty la speciale lavabiancheria ad asse inclinato, Izzi la lavastoviglie che ha fatto scendere la tecnologia. Vivo il grande frigo-congelatore elettronico, dal design morbido e ventilazione integrale.



**REX**  
Electrolux

REX È PER VOI CHE IL SÌ



# Dubbelmärkning AEG-Electrolux

**Electrolux**  
makes life a little easier™

Händlersuche | Drucken | Als Link versenden | Sitemap

**AEG**  
Electrolux

PRODUKTE SERVICE

KONTAKT

SUCHE ▶

**INDUKTIONS-KOCHFELDER**  
Die Neuerfindung des Kochens:  
präzise, komfortabel, sicher und  
schnell.  
▶ **Jetzt einsteigen**

**AEG KOCHZEIT**  
Wir laden Sie ein, mit uns zu  
kochen.  
▶ **Klicken Sie hier**

Willkommen bei AEG-Electrolux.

WÄSCHE-  
PFLEGE    GESCHIRR-  
SPÜLEN    KOCHEN    KÜHLEN UND  
GEFRIEREN    BODENPFLEGE    KLEINGERÄTE

**VERKAUFSBERATER**  
Sie benötigen Rat bei der  
Auswahl ihres Hausgerätes?  
▶ **Wir helfen Ihnen gerne**

From the Electrolux Group.  
The world's No.1 choice. | Über uns | Impressum

PERFEKT IN FORM UND FUNKTION **AEG**  
Electrolux

# Stark kampanj i Australien

**Electrolux**  
makes life a little easier™



**Electrolux**  
**DownUnder**   
Special Commemorative Edition for the 100th Anniversary of the Electrolux Group  
Winter 2004

## Electrolux "Accelerates" Downunder

Renewed focus on branding and innovative products

Australia and New Zealand have joined the Electrolux global campaign to combat international competition with a renewed focus on new high end product development and a major new brand marketing campaign. This is leading the local charge against mounting international competition from household appliances brands, particularly from Japan, China and Korea (see stories inside).

**Message from MD Trevor Carroll**



As Electrolux Group CEO Hans-Olof Carlberg said during his Australian visit in March this year, the product challenge at Electrolux around the world has "accelerated". We're now fully engaged on our key of action - developing new products, new innovative products and building Electrolux into a leading global brand.

Our focus in Australia and New Zealand now is to drive products where we've proven we have a competitive advantage - high end household appliances which are safe, reliable and high in design and technical content. It's what we do best. These products enhance the premium reputation of the Electrolux brand and will drive our brand campaign to lead the Electrolux brand in the Australian marketplace.

But the reality of international competition has been at the same time and production is specialized, large volume suppliers.

Also, despite the re-orientation, both internationally and locally, we will continue our commitment to our sponsors. DownUnder is "as strong as ever".

To ensure our continued future, we've decided to build the Electrolux brand to think as well as - or better than - anyone else in the world for a competitive price.

My management team and I are committed to ensure Electrolux in Australia's leading household appliance company for many years to come. I hope I have your total support.

Sincerely,  
  
Trevor Carroll

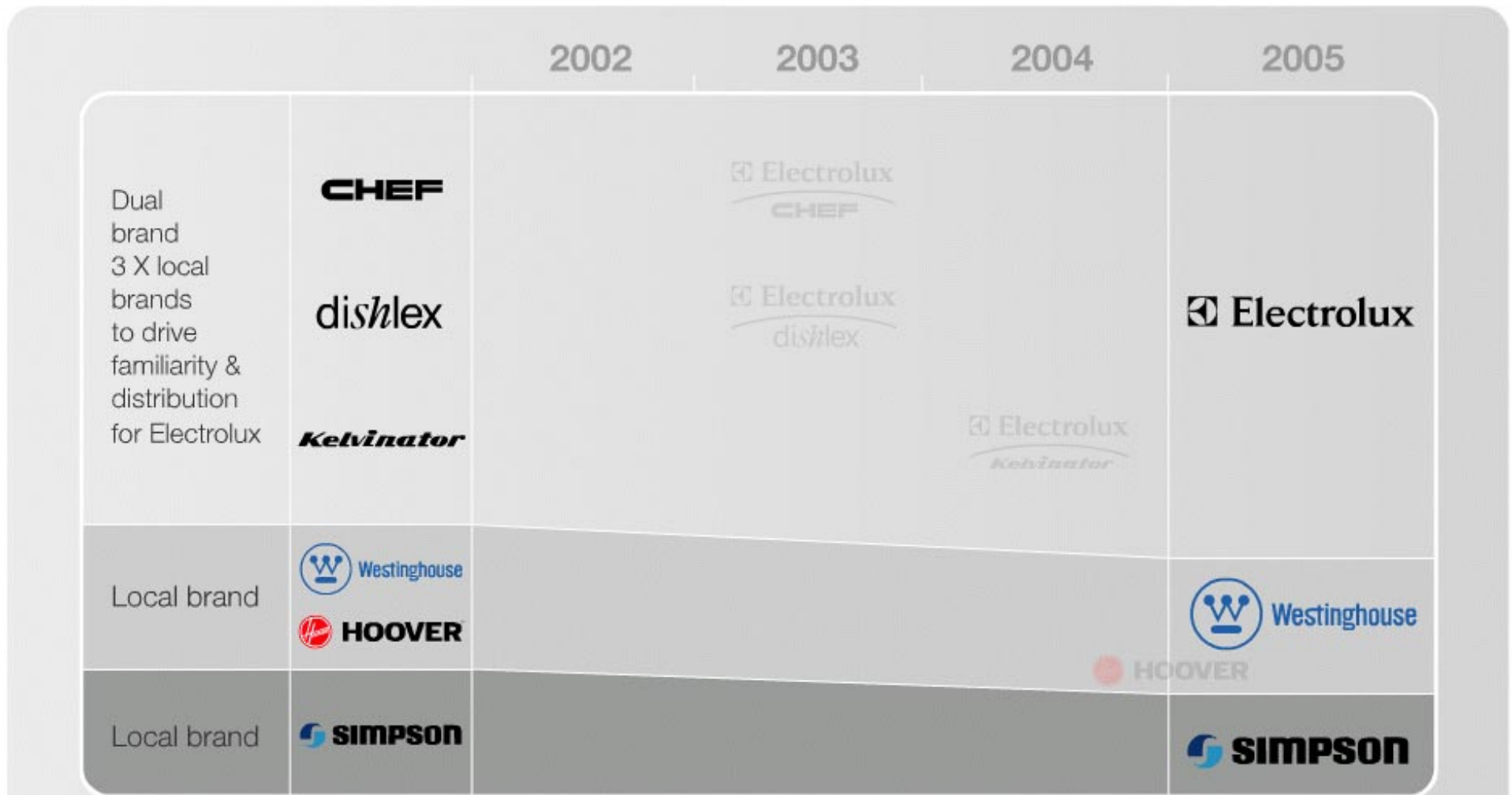
**Inside this issue**

- Page 2: Product line: Electrolux unveiled its new line.
- Page 3: New products in the marketplace.
- Page 4: How Electrolux is leading the way in the marketplace.
- Page 5: The story of the brand.
- Page 6: A day in the life of a product manager.
- Page 7: Simpson ahead in winter '04.



# Australien: från sju till tre varumärken

 **Electrolux**  
makes life a little easier™



Endorsement

 **From the Electrolux Group. The world's No.1 choice.**



- Konsumenterna lägger mer pengar på hemmet
- Allt högre disponibla inkomster
- Hemmet betyder allt mer
- Intresset för design ökar...
- ..och för matlagning
- ..och för restaurangbesök
- Fler företag etablerar sig i branschen



 **Electrolux**  
makes life a little easier