

Pressmeddelande

Stockholm den 17 juli 2008

VD och koncernchef Hans Stråbergs kommentar till andra kvartalet 2008

Trots tuffa förutsättningar under det andra kvartalet har vi levererat ett underliggande resultat som förbättrats jämfört med motsvarande period förra året, exklusive kostnader för lanseringen av vitvaror inom premiumsegmentet i Nordamerika. Detta beror till stor del på de fortsatta resultatförbättringarna i Asien/Stillahavsområdet, Latinamerika och för våra professionella produkter. Men dagens ekonomiska osäkerhet gör det allt svårare att förutse framtiden.

Jag är nöjd med resultatet för våra professionella produkter som visar en rörelsemarginal på 12 procent under kvartalet, jämfört med 8 procent för ett år sedan. Latinamerika fortsätter att leverera rekordresultat och har aldrig tidigare haft ett så lönsamt andra kvartal. Vår verksamhet i Asien/Stillahavsområdet har också förbättrat sitt resultat.

Vårens stora händelse var lanseringen i Nordamerika av en helt ny produktserie under varumärket Electrolux. Denna satsning kommer att ge oss en stark position inom det lönsamma premiumsegmentet. Den har börjat bra. Våra produkter finns idag hos fler än 2 000 återförsäljare i USA och vi förväntar oss att nå cirka 3 000 återförsäljare till slutet av året, betydligt fler än vi ursprungligen planerat. Jag har naturligtvis följt lanseringen noga och speciellt glädjande är det att känna så starkt stöd från våra återförsäljarparters.

Bortsett från investeringen i den nya produktserien under varumärket Electrolux, lyckades vi upprätthålla vårt resultat i Nordamerika trots en kraftigt minskad efterfrågan. Lanseringen påverkade det andra kvartalets rörelseresultat negativt med 230 Mkr. Resultatet är ett mycket gott betyg för våra produkter och våra goda relationer till återförsäljarparters samt inte minst till alla våra medarbetare.

När jag presenterade rapporten för det första kvartalet 2008 jämförde jag Electrolux med en sexcylindrig motor, där fem cylindrar jobbar på bra medan den sjätte ännu inte riktigt nått sin fulla kapacitet. Den cylinder som inte nått full kapacitet är Europa. Men det börjar hända saker. Ett bevis på att de lanseringar av nya produkter som vi genomförde förra året har varit framgångsrika, är att vi återigen tar marknadsandelar. Även om det är långt kvar innan

jag är nöjd med resultatet i Europa, kan vi se att de kostnadsbesparingar som vi genomför börjar få effekt.

Dessa besparingar, tillsammans med andra pågående kostnadsbesparande åtgärder, gör oss bättre förberedda för de vikande marknader vi upplever idag. Nedgången kommer att leda till en vitvaruindustri med allmänt tuffare priskonkurrens. Industrin kommer också att uppleva en tillfällig mixförskjutning där konsumenter föredrar produkter med lägre pris och produktionen kommer att drabbas av lägre kapacitetsutnyttjande. Sammantaget kommer dessa faktorer naturligtvis att påverka hela industrins lönsamhetsförmåga.

Den senaste tidens mycket svaga marknadsutveckling har lett till att vi tvingats skriva ned våra prognoser för marknaderna i Nordamerika och Europa. En konsekvens av detta är att vi har ändrat vår utsikt för helåret. Vanligtvis kvantifierar vi inte utsikten för vårt helårsresultat i siffror, men denna gång har vi valt att göra ett undantag för att minska osäkerheten runt 2008 års resultat. Baserat på vår marknadssyn idag förväntar vi oss ett rörelseresultat för helåret 2008 på 3 300-3 900 Mkr, exklusive jämförelsestörande poster.

Stockholm den 17 juli 2008

Hans Stråberg
Verkställande direktör och koncernchef

Electrolux är en världsledande 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, Eureka och Frigidaire. Under 2007 hade Electrolux en omsättning på 105 miljarder kronor och 57 000 anställda. För mer information, besök <http://www.electrolux.com/press>.

Informationen i denna delårsrapport är sådan som Electrolux ska offentliggöra enligt lagen om värdepappersmarknaden och/eller lagen om handel med finansiella instrument. Informationen lämnades för offentliggörande den 17 juli 2008 klockan 08.00 (CET).