

Pressmeddelande

Stockholm den 17 juli 2018

Ökat fokus på varumärkena Husqvarna och Gardena samt omstrukturering av divisionen Consumer Brands

Husqvarna Group har beslutat att ytterligare öka sitt fokus på framtida premiumprodukter och serviceerbjudanden under varumärkena Husqvarna och Gardena. Samtidigt vidtas kraftfulla åtgärder avseende den underpresterande divisionen Consumer Brands, vilket kommer att leda till att koncernen lämnar vissa konsumentsegment. Till följd av den framtida inriktningen kommer divisionen Consumer Brands att lösas upp och kvarvarande verksamhet integreras i divisionerna Husqvarna respektive Gardena.

Husqvarna Group kommer successivt att lämna produktsegment och varumärken i lägre prissegment, särskilt bensindrivna gå bakom-gräsklippare och trädgårdstraktorer. En översyn av anpassningar av koncernens fabriksstruktur och varumärkesportfölj pågår. Förändringarna kommer att genomföras i två steg. För säsongen 2019 levererar Husqvarna Group enligt gjorda kundåtaganden. Den pågående översynen kommer att resultera i ett ytterligare steg 2020. Koncernens nettoomsättning reduceras med närmare 2 miljarder kronor år 2019 men åtgärderna har positiv inverkan på koncernens rörelsemarginal.

"I Nordamerika kommer vi att fokusera verksamheten inom konsumentorienterade skogs- och trädgårdsprodukter till områden där vi har förmågan att skapa störst kundvärde, såsom inom handhållna produkter, premium trädgårdstraktorer, zero turn-gräsklippare och framförallt robotgräsklippare. Omorganisationen kommer att underlätta omfördelning av resurser och fokus till de områden som bedöms ha störst potential för lönsam tillväxt, säger Kai Wärn, VD och koncernchef för Husqvarna Group.

"Att kliva ur produktsegment och varumärken som inte tillhör vårt kärnerbjudande är ett viktigt steg för att minska komplexiteten inom koncernen. Det leder till att vi kan lägga ännu större fokus på våra högmarginalaffärer Husqvarna och Gardena. Som en konsekvens kommer vi därmed att lösa upp vår division Consumer Brands och infoga kvarvarande verksamheten i divisionerna Husqvarna och Gardena.", fortsätter Kai Wärn.

Tre skogs- och trädgårdsdivisioner blir två

Den nordamerikanska delen av Consumer Brands kommer att integreras i Husqvarnadivisionen och den europeiska och asiatiska delen kommer att uppgå i Gardenadivisionen. Förändringarna påbörjas omedelbart och kommer att ha genomförts fullt ut vid årsskiftet. Den externa finansiella segmentsrapporteringen kommer följaktligen att ändras från och med 1 januari 2019. Goodwill bedöms inte påverkas.

Ytterligare information och detaljer om resultatet av översynen, inklusive engångseffekter som kommer att belasta resultaträkning och kassaflöde 2018, förväntas kommuniceras senast i Husqvarna Groups delårsrapport för tredje kvartalet 2018 den 20 oktober.

Division Construction påverkas inte av förändringarna.

För ytterligare information kontakta:

Åsa Larsson, Global Media Manager, 08-738 90 80 eller press@husqvarnagroup.com

Tobias Norrby, Investor Relations Manager, 08-738 93 35

Detta pressmeddelande innehåller insiderinformation som Husqvarna AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 17 juli 2018 klockan 08:00.

Husqvarna Group

Husqvarna Group är en världsledande tillverkare av innovativa produkter och lösningar för skogs-, park- och trädgårdsskötsel. Sortimentet omfattar bland annat motorsågar, trimmers, robotgräsklippare och åkgräsklippare. Koncernen är även ledande i Europa inom trädgårdsbevattnings- och världsledande inom kaputrustning och diamantverktyg för byggnads- och stenindustrierna. Koncernens produkter och lösningar säljs främst under varumärkena Husqvarna, Gardena, McCulloch, Poulan Pro, Weed Eater, Flymo, Zenoah och Diamant Boart via fack- och detaljhandlare till konsumenter och professionella användare i mer än 100 länder. Nettoomsättningen 2017 uppgick till 39 miljarder kronor och koncernen har cirka 13 000 medarbetare i 40 länder.