

Pressmeddelande

Stockholm den 18 september 2018

Ytterligare information om strukturåtgärder relaterade till Consumer Brands, samt information om rörelseresultatet tredje kvartalet 2018

Som kommunicerat den 17 juli 2018 kommer Husqvarna Group att lämna vissa bensindrivna produktsegment med låg marginal i den underpresterande divisionen Consumer Brands för att istället fokusera på styrkorna inom premiumerbjudanden under kärnvarumärkena Husqvarna och Gardena. Beslutet är ett viktigt steg för att möjliggöra mer fokus på lönsamma tillväxtområden som robotgräsklippare, digitalisering och teknik för batteridrivna produkter. Omstruktureringsåtgärder har påbörjats för att anpassa tillverkningskapaciteten. Samtidigt kommer centrala resurser reduceras för att återspegla den mindre komplexa och mer fokuserade koncernen. Åtgärderna förväntas bidra positivt till koncernens finansiella utveckling redan nästa år. Förutom omstruktureringen har tredje kvartalet också påverkats av det omfattande varma och torra vädret. Koncernen informerar därför om rörelseresultatet för tredje kvartalet 2018, som väntas uppgå till cirka hälften av föregående år, exklusive jämförelsestörande poster.

Tredje kvartalet 2018

Koncernens rörelseresultat för tredje kvartalet 2018 (exklusive jämförelsestörande poster) beräknas uppgå till cirka hälften av föregående års tredje kvartal som uppgick till 433 Mkr. Nedgången förklaras främst av ofördelaktig produkt- och regionmix för divisionen Husqvarna, till stor del ett resultat av det extremt varma och torra vädret i Europa som började påverka negativt redan under det andra kvartalet. Å andra sidan förväntas divisionen Gardena rapportera högre rörelseresultat på grund av gynnsam påverkan av det varma vädret vid försäljning av vattenprodukter, men inte tillräckligt för att kompensera nedgången i Husqvarna och en underpresterande Consumer Brands. Både Husqvarna och Consumer Brands påverkas även av högre råmaterialpriser samt nya tariffer. För 2019 förväntas dessa kompenseras för genom prisökningar. Husqvarna Groups delårsrapport för tredje kvartalet 2018 kommer att publiceras som planerat klockan 08:00 CET den 19 oktober.

Strukturåtgärder

Koncernen kommer under 2019 lämna en nettoomsättning på nära 2 miljarder kronor och 2020 ytterligare 1 till 2 miljarder kronor nettoomsättning med låg bruttomarginal som tidigare ingick i divisionen Consumer Brands. Det gäller framförallt bensindrivna traditionella gräsklippare och trädgårdstraktorer i lägre prissegment samt i viss utsträckning även vissa handhållna konsumentprodukter. Ett omstruktureringsprogram har implementerats för att reducera tillverkningskapaciteten. Sådana åtgärder kommer att omfatta en nedläggning av produktionsenheten i McRae, Georgia (USA). Givet koncernens lägre komplexitet kommer även centrala resurser och funktioner att minska, inklusive ledningsförändringar, med förbehåll för sedvanliga fackliga förhandlingar.

Strukturåtgärder kommer att genomföras under 2018–2019 med en beräknad total kostnad på cirka 1,2 miljarder kronor före skatt, varav cirka 400 miljoner kronor avser kassapåverkande poster. Sådana kostnader kommer i huvudsak att belasta koncernens resultaträkning under tredje och fjärde kvartalen 2018 och klassificeras som jämförelsestörande poster. Omstruktureringsåtgärderna förväntas resultera i årliga besparingar på cirka 250 miljoner kronor gradvis från 2019 och med full effekt 2020, vilket överstiger täckningsbidraget från de lämnade försäljningsvolymerna. Den lägre affärsvolymen kommer också att minska koncernens rörelsekapitalbehov med upp till 1 miljard kronor de närmaste åren.

"Husqvarna Group har en stolt historia av innovation och kontinuerlig transformation. Under många år har vi varit ledande på marknaden för bensindrivna skogs-, park- och trädgårdsprodukter samtidigt som vi var pionjärer inom robotgräsklippare, fått en ledande ställning inom batteridrivna produkter och blivit den första leverantören av uppkopplade smarta trädgårdsprodukter. Att förbli i framkant och ännu mer fokusera våra resurser på hållbara och växande segment som robotteknik, digitalisering och batteriteknik lämnar vi vissa mogna och standardiserade bensindrivna konsumentsegment. Jag beklagar de negativa effekter som det kommer att få på en del av våra anställda och andra intressenter, men jag är övertygad om att detta är ett nödvändigt steg för att vi ska bli ännu starkare i framtiden", säger Kai Wärn, VD och koncernchef.

Divisionen Consumer Brands kommer att redovisas som en egen division för återstoden av 2018 men kommer därefter att upplösas och istället bli en del av Husqvarna och Gardena-divisionerna från och med första kvartalet 2019. Den europeiska delen av återstående försäljningen i Consumer Brands, som är cirka 15 procent av den försäljningen, kommer att ingå i divisionen Gardena och resterande 85 procent, som nästan helt är relaterad till Nordamerika, kommer ingå i divisionen Husqvarna. Segmentrapporteringen 2019 kommer således att bestå av tre divisioner: Husqvarna, Gardena och Construction.

I enlighet med avsikten då de lanserades kommer koncernens finansiella mål att vara oförändrade. "Vi är fast beslutna att leverera enligt våra mål, inklusive en rörelsemarginal på 10 procent under 2019", avslutar Kai Wärn.

En omräkning av segmentsrapporteringen för 2018 enligt den nya strukturen kommer att ingå i koncernens bokslutskommuniké för 2018 den 5 februari 2019. Förändringarna i de rapporterade segmenten påverkar inte koncerngoodwill.

För ytterligare information:

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 18 september 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 trädgårdsbevattning 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.