

# Pressmeddelande

Stockholm den 19 juli 2010

VD och koncernchef Hans Stråbergs kommentar till resultatet för andra kvartalet 2010

## Vi är på rätt väg och presenterar ett rekordresultat för andra kvartalet

**Vi är på rätt väg och kan idag presentera en marginal på 6,5 procent för den senaste tolv månaders perioden. Alla affärsområden visar förbättrad lönsamhet. Vi säljer mer avancerade produkter och flyttar steg för steg fram våra positioner inom det viktiga premiumsegmentet. Kassaflödet är fortsatt starkt, vilket ytterligare stärkt vår balansräkning.**

Vi genomför vår strategi baserad på innovativa produkter, ett starkt Electrolux-varumärke och låga produktionskostnader. Vi har förbättrat produktmixen i Nordamerika tack vare att vi framgångsrikt ökat försäljningen och tagit marknadsandelar under våra egna starka varumärken Electrolux och Frigidaire. Jag är särskilt nöjd med resultatet i Nordamerika med tanke på att extrakostnader på totalt cirka 200 Mkr för omlanseringen av Frigidaire och konsolideringen av det amerikanska huvudkontoret till Charlotte belastat resultatet under kvartalet.

Den amerikanska statens rabattprogram för att öka försäljningen av energieffektiva produkter har bidragit till stark tillväxt, framförallt under april månad. Jag tror att andra länder har en del att lära om hur man på ett effektivt sätt kan minska energikonsumtionen. Jag tror också att vi kommer att få se en fortsatt tillväxt i Nordamerika under de kommande åren, då många amerikanska konsumenter behöver byta ut sina gamla vitvaror som börjar nå slutet av sin livslängd.

Även i Europa förbättrade vi vår produktmix och fortsatte att sälja mer inom det mycket viktiga segmentet för inbyggnadsprodukter. Vi kommer att fortsätta att introducera nya produkter på den europeiska marknaden. För att säkerställa att lanseringarna blir framgångsrika kommer marknadsföringsinvesteringarna att öka under det andra halvåret 2010.

Verksamheterna i Latinamerika, Asien/Stillahavsområdet och för Professionella Produkter lyckades nästan fördubbla resultatet jämfört med andra kvartalet 2009. Asien/Stillahavsområdet visade sitt bästa resultat någonsin, rörelsemarginalen ökade till 10 procent. Trots en tuff period uppnådde Professionella Produkter en rörelsemarginal på 12 procent, vilket också är rekord.

Vi fortsätter att generera ett mycket starkt kassaflöde, vilket ytterligare stärkt vår balansräkning. Det ger oss förutsättningar att fortsätta leverera en hög avkastning till våra aktieägare.

#### AB ELECTROLUX (PUBL)

**Postadress**  
105 45 Stockholm  
**Besöksadress**  
S:t Göransgatan 143

**Media hotline**  
08-657 65 07  
**Telefax**  
08-738 74 61

**Investor Relations**  
08-738 60 03  
**Hemsida**  
www.electrolux.com

**E-mail adress**  
ir@electrolux.se  
**Reg.nr.**  
556009-4178

Även om det fortfarande råder stor osäkerhet och mycket kan hända under resterande del av året, tror jag fortfarande att 2010 kan bli det år då vi närmar oss vårt mål på en rörelsemarginal på 6 procent med fortsatt förbättrad kapitaleffektivitet.

Stockholm den 19 juli 2010

Hans Stråberg  
Verkställande direktör och koncernchef

Electrolux offentliggör denna information enligt lagen om värdepappersmarknaden och/eller lagen om handel med finansiella instrument. Informationen lämnades för offentliggörande den 19 juli 2010 klockan 08.00 (CET).

## Om Electrolux

Electrolux är en av världens ledande 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 2009 hade Electrolux en omsättning på 109 miljarder kronor och 51 000 anställda. För mer information, besök <http://www.electrolux.com/press>.