

**Pressmeddelande**

För mer information,  
kontakta:

Catarina Ihre  
Vice President  
Investor Relations  
08 738 60 87

Electrolux Pressjour  
08 657 65 07

VD och koncernchef Keith McLoughlin kommenterar resultatet för första kvartalet 2015.

## Rörelsemarginalen i Europa fortsätter att förbättras

**Rörelseresultatet för Vitvaror EMEA fortsatte att förbättras, och marginalen ökade till 4,3 procent under första kvartalet 2015 jämfört med 1,8 procent föregående år. Resultaten för Vitvaror Asien/Stillahavsområdet och Professionella Produkter visade också förbättringar. Som tidigare kommunicerats var rörelseresultatet för Vitvaror Nordamerika negativt för första kvartalet främst på grund av fortsatta anpassningar av produktsortimenten inom kylar och frysar till följd av nya energikrav. Verksamheten i Latinamerika fortsatte att utvecklas väl på en svagare marknad. Koncernens rörelseresultat för första kvartalet 2015 uppgick till 516 miljoner kronor.**

Ett starkt fokus på produktkategorier med höga marginaler, såsom inbyggnadsprodukter för kök, bidrog till en förbättrad produktmix och organisk tillväxt inom Vitvaror EMEA. Samtidigt fortsatte tidigare påbörjade kostnadsbesparingsprogram att påverka resultatet positivt. Marknadsefterfrågan på vitvaror i Europa har stabiliserats, och ökade med 1 procent under kvartalet. Efterfrågan var särskilt stark i Storbritannien och Tyskland medan efterfrågan i Ryssland visade en kraftig nedgång. Exklusive Ryssland ökade marknadsefterfrågan med 4 procent. Den europeiska marknaden för vitvaror förväntas växa med 1–2 procent under 2015.

Electrolux verksamhet i Nordamerika fortsatte att påverkas negativt av anpassningar av produktutbudet inom kylar och frysar som en följd av de nya energikrav som infördes under andra halvåret 2014. Resultatet påverkades också av att uppstarten av spisfabriken i Memphis gått långsammare än planerat. Ett åtgärdsprogram för att återställa lönsamheten och öka effektiviteten i produktionen har påbörjats. Resultatet av åtgärderna kommer dock att få full effekt först mot slutet av 2015. Bedömningen är att marknadstillväxten i Nordamerika under 2015 kommer att ligga i det lägre intervallet av den tidigare kommunicerade prognosen om 3-5 procent.

Marknadsförhållandena i Latinamerika var fortsatt utmanande. Efterfrågan på vitvaror sjönk under kvartalet, vilket också påverkade våra försäljningsvolymerna. Fortsatta prishöjningar och kostnadsbesparingsåtgärder motverkade dock i hög grad effekterna av marknadsnedgången. Resultatet för kvartalet försvagades jämfört med 2014, men vår organisation i Latinamerika har varit väl förberedd och snabbt vidtagit åtgärder. De makroekonomiska utsikterna för regionen har försvagats de senaste månaderna, i synnerhet för Brasilien, och det råder fortsatt osäkerhet vad gäller marknadstillväxten för vitvaror.

Rörelseresultatet för verksamheten i Asien/Stillahavsområdet förbättrades tack vare högre försäljningsvolymerna i Sydostasien och Australien och en ökad kostnadseffektivitet. Integreringen av det nyligen förvärvade australiensiska BeefEater, som tillverkar utomhusgrillar, har gått enligt plan.

Under 2015 fortsätter Electrolux att lansera nya produktserier med innovativa funktioner och nyskapande design, med målet att ligga i framkant i vitvaruindustrin. Arbetet fortsätter med att ytterligare öka kostnadseffektiviteten genom gemensamma

produktionsplattformar och modularisering inom tillverkningen. Detta arbete är av stor betydelse för att skapa framtida lönsam tillväxt för Electrolux.

Det förberedande arbetet inför integreringen av GE Appliances utvecklas väl och löper enligt plan. Utöver de synergieffekter om USD 300 miljoner som tidigare kommunicerats, har ytterligare synergieffekter om USD 50 miljoner identifierats, huvudsakligen inom inköp. Vi räknar med att förvärvet slutförs under året och det förväntas i hög grad bidra till att nå koncernens vision om att vara det bästa vitvaruföretaget i världen enligt kunder, anställda och aktieägare.

Stockholm den 24 april 2015  
Keith McLoughlin  
VD och koncernchef

*Electrolux offentliggör denna information enligt lagen om värdepappersmarknaden och/eller lagen om handel med finansiella instrument. Informationen lämnades för offentliggörande den 24 april 2015 kl. 08.00 (CET).*

Electrolux är en av världens ledande tillverkare av hushållsmaskiner. Utvecklingen bygger på konsumentinsikt och sker i nära samarbete med professionella användare. Vi erbjuder innovativa lösningar för hem och företag, med omsorgsfullt designade produkter såsom kylskåp, diskmaskiner, tvättmaskiner, spisar, luftkonditioneringar, dammsugare och småapparater. Under välkända varumärken som Electrolux, AEG, Zanussi, Frigidaire och Electrolux Grand Cuisine säljs fler än 50 miljoner produkter årligen till kunder i över 150 länder. Under 2014 hade Electrolux en omsättning på 112 miljarder kronor och cirka 60 000 anställda. För mer information besök [www.electroluxgroup.com](http://www.electroluxgroup.com).