

**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 andra kvartalet 2015.

## Organisk tillväxt inom samtliga affärsområden

**Electrolux uppvisade en organisk tillväxt på 7 procent under andra kvartalet 2015 och samtliga sex affärsområden bidrog positivt. Resultatutvecklingen för koncernens största affärsområde, Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika (EMEA), fortsatte att förbättras jämfört med föregående år. Verksamheten i Nordamerika visade en betydande resultatåterhämtning jämfört med årets första kvartal. Resultaten för Vitvaror Asien/Stillahavsområdet och Professionella Produkter uppvisade också en god utveckling. Koncernens rörelseresultat för andra kvartalet 2015 uppgick till 921 miljoner kronor, med ett säsongsmässigt starkt kassaflöde på 3,1 miljarder kronor.**

Organisk tillväxt och det pågående kostnadsbesparingsprogrammet bidrog till en stark förbättring av rörelseresultatet för Vitvaror EMEA. En förbättrad produktmix och högre volymer kompenserade för en fortsatt prispress i regionen. Starkt fokus på de mest lönsamma produktkategorierna bidrog till en förbättrad produktmix. Marknadsefterfrågan i Västeuropa fortsatte att förstärkas under andra kvartalet och ökade med 4 procent. I Östeuropa föll efterfrågan med 23 procent, som ett resultat av kraftiga nedgångar i Ryssland och Ukraina. Den europeiska marknaden för vitvaror förväntas växa med 1–2 procent under 2015, även om det är svårt att förutse utvecklingen i Östeuropa.

Verksamheten i Nordamerika visade en betydande organisk tillväxt, främst som ett resultat av höga försäljningsvolymer inom luftkonditionering. Försäljningsvolymerna inom flera övriga vitvarukategorier, till exempel kyl och tvätt, ökade också. Resultatet fortsatte dock att påverkas negativt av anpassningar av produktutbudet inom kyl och frys till nya energikrav, samt av den pågående uppstarten den nya spisfabriken i Memphis. Ett åtgärdsprogram för att effektivisera tillverkningen fortgår. Resultatet av åtgärderna kommer dock att få full effekt först mot slutet av 2015. Marknadsefterfrågan är fortsatt stabil och vi förväntar en fortsatt marknadstillväxt om 3–5 procent i Nordamerika för helåret.

Vitvaror Latinamerika redovisade ett gott resultat trots svåra marknadsförutsättningar. Flera länder i regionen påverkades av den försvagade marknadsefterfrågan, bland dem de för Electrolux viktiga marknaderna Brasilien och Chile. Samtidigt fortsätter den negativa valutakursutvecklingen. Fortsatta prishöjningar och kostnadsbesparingsåtgärder genomförs för att motverka effekterna av de svaga marknadsförhållandena. De makroekonomiska utsikterna för regionen är fortsatt mycket osäkra.

Resultatet för Vitvaror Asien/Stillahavsområdet förbättrades. Verksamheten i Australien visade en organisk försäljningstillväxt tack vare framgångsrika lanseringar av produkter för matlagning, ökade försäljningsvolymer inom nybyggnation och förbättrade priser.

I början av juli meddelade det amerikanska justitiedepartementet att man avser att försöka stoppa genomförandet av Electrolux planerade förvärv av General

Electrics vitvaruverksamhet, GE Appliances, vilket offentliggjordes i september 2014. Electrolux delar inte justitiedepartementets bedömning att genomförandet av förvärvet skulle hämma konkurrensen på marknaden och motsätter sig detta. Prövningen av det planerade förvärvet fortsätter nu i en domstolsprocess.

Stockholm den 17 juli 2015  
Keith McLoughlin  
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 17 juli 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).