

## Pressmeddelande

För mer information,  
kontakta:

Electrolux Pressjour  
08 657 65 07

# Electrolux vässar organisationen för att driva lönsam tillväxt

Stockholm den 1 februari 2019

**Electrolux genomför idag strategiska och organisatoriska förändringar för att stärka förutsättningarna för att skapa enastående konsumentupplevelser och driva lönsam tillväxt i sin konsumentverksamhet.**

Electrolux reviderar nu sin affärsområdesstruktur och skapar fyra konsumentfokuserade regionala affärsområden, vilket ger en mer samlad ansats på respektive marknad, med gemensamma varumärkesplattformar för interaktionerna med konsumenter. Detta innebär att affärsområdet Hemmiljö och småapparater, som idag bland annat ansvarar för Electrolux utbud av dammsugare, kommer att kombineras med de fyra nuvarande affärsområdena för vitvaror.

För att höja innovationstakten kring produkter och ägandeupplevelser samlar Electrolux också centrala avdelningar med ansvar för olika aspekter av konsumentupplevelser inom en ny organisatorisk struktur, som leds av en Chief Experience Officer (CXO). Denna organisation blir globalt ansvarig för områden som marknadsföring, design, produktlinjer samt digitala lösningar och ägandeupplevelser. Ola Nilsson, som för närvarande är chef för Hemmiljö och småapparater, har utnämnts till CXO och vice VD för Electrolux. I samband med förändringen av roller och ansvarsområden i koncernledningen utnämns även Chief Operations Officer Jan Brockmann till vice VD.

Electrolux styrelse meddelade igår avsikten att knoppa av och börsnotera affärsområdet Professionella Produkter. Läs mer om det avsedda förslaget till aktieägare [här](#).

”De senaste åren har inneburit många förbättringar i hur vi fokuserat Electrolux varumärken och produktutbud på innovation för konsumentupplevelser. Vi har ökat takten i vår digitala transformation och gjort betydande investeringar i modularisering och automation. Dessa förändringar har lett till en väsentlig resultatförbättring under 2017 och 2018”, säger Jonas Samuelson, VD och koncernchef för Electrolux.

”När Electrolux nu blir ännu mer fokuserat på konsumentverksamheten har vi stora möjligheter att driva lönsam tillväxt. Vi kommer att göra detta genom att öka innovationstakten inom våra viktigaste upplevelseområden och vidareutveckla vårt utbud för eftermarknaden med ägandelösningar i världsklass, samt genom att dra nytta av den fortsatta digitala utvecklingen av marknaden. Med fyra konsumentfokuserade affärsområden och stark global kapacitet både på marknadssidan och i den operativa verksamheten så skapar vi en organisation som har bästa möjliga förutsättningar att lyckas med dessa uppgifter. Electrolux finansiella mål kommer att förbli oförändrade efter en avknoppning av Professionella Produkter”.

Förändringarna som meddelas idag sker med omedelbar verkan. Electrolux kommer att publicera sin första kvartalsrapport som bygger på den nya affärsområdesstrukturen den 26 april 2019. Proformasiffror som visar på resultaten inom de sammanslagna affärsområdena kommer att offentliggöras genom ett pressmeddelande innan kvartalsrapporten.

Electrolux gör livet bättre och mer hållbart för miljontals människor genom att ständigt utveckla nya sätt att skapa smakupplevelser, ta hand om kläder och få en hälsosammare hemmiljö. Vi är ett ledande globalt vitvaruföretag som sätter konsumenten i centrum i allt vi gör. Genom våra varumärken, som inkluderar Electrolux, AEG, Anova, Frigidaire, Westinghouse och Zanussi, säljer vi mer än 60 miljoner produkter till hushåll och professionella användare på fler än 150 marknader varje år. Under 2017 hade Electrolux en omsättning på 122 miljarder kronor och cirka 56 000 anställda. För mer information besök [www.electroluxgroup.com](http://www.electroluxgroup.com).