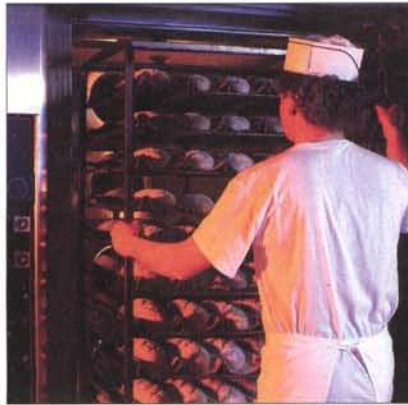


Koncernen 1993



 **Electrolux**

Innehåll

	sid
Electrolux idag	2
Electrolux 75 år	4
Till våra aktieägare	6
Koncernekonomi	9
Affärsområden	
 Hushållsprodukter	18
 Kommersiell utrustning	25
 Utomhusprodukter	29
 Industriprodukter	32
Koncernen	
Resultaträkning	37
Balansräkning	38
Finansieringsanalys	40
Kommentarer till koncernens bokslut	41
Definitioner av ekonomiska begrepp och nyckeltal	49
Moderbolaget	
Förslag till vinstdisposition	50
Revisionsberättelse	50
Förädlingsvärdet	51
Koncernens miljöarbete	52
Organisation	
Styrelse	54
Koncernens organisation	56
Verkställande ledning	57
Electrolux-aktien	58
Försäljning och anställda per land	60
Tio år i sammandrag	61

OMSLAGET:

- 1 Electrolux är ledande i Europa inom storköksutrustning och den näst största tillverkaren i världen. Marknadspositionen är också stark inom bageriutrustning.
- 2 Inom vittvaror, som svarar för cirka 40% av den totala försäljningen, är koncernen marknadsledande i Europa och genom Frigidaire Company det tredje största företaget i USA.
- 3 Electrolux grundades 1919 och firar under 1994 sitt 75-års jubileum.
- 4 Gränges dotterbolag Sapa är en av Europas största tillverkare av strängpressade aluminiumprofiler för byggnadsändamål.
- 5 Koncernen är den ledande tillverkaren av motorsågar i världen.



Denna årsredovisning är tryckt på Macoprint satin. Lic. nr 304 025

Bolagsstämma

Ordinarie bolagsstämma äger rum torsdagen den 5 maj 1994 klockan 15.00 i Konserthuset, Stora Salen, Hötorget, Stockholm.

Registrering och anmälan

Aktieägare som vill delta i bolagsstämman ska vara registrerad i den av Värdepapperscentralen VPC AB förda aktieboken måndagen den 25 april 1994. De aktieägare, som låtit förvaltarregistrera sina aktier, måste i god tid se till att aktierna nämnda dag är tillfälligt inregistrerade hos VPC i eget namn.

Anmälan om deltagande måste dessutom göras till Electrolux senast måndagen den 2 maj 1994 klockan 16.00. Detta kan göras per brev under adress AB Electrolux, Avd C-J, 105 45 Stockholm, eller per telefon 08-738 67 93 respektive 738 67 89. Vid anmälan bör namn, person- eller registreringsnummer, adress och telefonnummer uppges. Om deltagande sker med stöd av fullmakt ska denna insändas före bolagsstämman.

Utdelning

Styrelsen har som avstämningsdag föreslagit den 10 maj 1994. Med denna avstämningsdag beräknas utbetalning av utdelningen ske från VPC den 18 maj 1994.

Adressändring

Aktieägare, som ändrat namn, adress eller bankkontonummer, bör snarast anmäla detta till sin förvaltare eller sitt kontoförande institut.

EKONOMISKA RAPPORTER UNDER 1994

Preliminär bokslutsrapport	2 februari
Definitiv bokslutsrapport	1 mars
Årsredovisning	slutet av april
Rapport 1:a kvartalet	5 maj
Form 20-F	senast 30 juni
Halvårsrapport	16 augusti
Rapport 3:e kvartalet	9 november

Rapporterna kan beställas från AB Electrolux, Investor Relations, 105 45 Stockholm, telefon 08-738 60 03 eller 738 61 41.

AB Electrolux redovisning för 1993 består av två separata redovisningshandlingar – "Electrolux-koncernen 1993" och "Årsredovisning för AB Electrolux 1993".

"Electrolux-koncernen 1993" omfattar alla data som gäller koncernen och ett sammandrag av de viktigaste uppgifterna för moderbolaget. "Årsredovisning för AB Electrolux 1993", som omfattar alla data för moderbolaget inklusive en specifikation av aktier och andelar i dotterbolag, kan liksom övriga rapporter beställas enligt ovan.

Syftet med uppdelningen i två separata redovisningshandlingar är att uppnå en bättre internationell anpassning av den tryckta redovisningen och samtidigt koncentrera denna till det som är väsentligt för en bedömning av koncernen.

Året i sammandrag

- Rörelseresultatet förbättrades successivt under året, trots ett fortsatt besvärligt marknadsläge i Europa.
- De senaste årens omstruktureringar och satsningar på nya produkter har tillsammans med de förändrade valutakurserna stärkt koncernens konkurrenskraft.
- Resultatet efter finansiella poster ökade med 55% till 1.570 Mkr (1.016). Vinsten per aktie uppgick till 8:00 kr (2:50).
- Styrelsen föreslår en oförändrad utdelning på 6:25 kr per aktie. Så snart resultatutvecklingen tillåter är avsikten att utdelningen ska återställas till sin tidigare nivå.
- I december erbjöds Electrolux av AEG att förvärva vitvarubolaget AEG Hausgeräte i Tyskland, vilket skulle innebära en väsentligt stärkt marknadsposition i Europa. Förhandlingarna beräknas vara avslutade under första kvartalet 1994.

	1993	1992
Försäljning, Mkr	100.121	80.436
Rörelseresultat efter avskrivningar, Mkr	3.265	2.250
Resultat efter finansiella poster, Mkr	1.570	1.016
Vinst per aktie efter full skatt, kr ¹⁾	8:00	2:50
Utdelning per aktie, kr ²⁾	6:25	6:25
Avkastning på eget kapital efter full skatt, % ¹⁾	3,5	1,2
Avkastning på nettotillgångar, % ¹⁾	7,5	6,0
Soliditet, % ¹⁾	24,3	26,4
Investeringar, Mkr	3.682	3.623
Genomsnittligt antal anställda	114.700	121.200
Antal anställda vid årets slut	109.400	119.200

Beräknade värden enligt amerikanska redovisningsprinciper, US GAAP

Nettovinst före införandet av FAS 106 och FAS 109, Mkr	524	190
Nettovinst per aktie före införandet av FAS 106 och FAS 109, kr	7:20	2:60
Eget kapital, Mkr	14.989	14.236
Totala tillgångar, Mkr	79.700	73.882
Skuldsättningsgrad, % ³⁾	65	60

¹⁾ För definition av använda begrepp hänvisas till sid 49.

²⁾ För 1993 enligt styrelsens förslag.

³⁾ Långfristiga skulder i förhållande till långfristiga skulder plus eget kapital.

I not 12 till koncernens bokslut finns dels en redogörelse för de väsentligaste skillnaderna mellan amerikanska och svenska redovisningsprinciper, dels en beräkning av skillnadernas effekt på koncernens nettovinst, eget kapital och balansräkning.

Electrolux idag

Electrolux är en av världens ledande tillverkare av hushållsprodukter. Koncernen är marknadsledande inom vitvaror i Europa och genom Frigidaire Company det tredje största vitvaruföretaget i USA. Electrolux är vidare störst i världen inom dammsugare samt absorptionskylskåp för husvagnar och hotellrum.

När det gäller områden utanför hushållsprodukter är koncernen störst eller näst störst på världsmarknaden inom storköksutrustning, industriell tvättutrustning, skogs- och trädgårdsprodukter, kompressorer för kylskåp samt bilbälten.

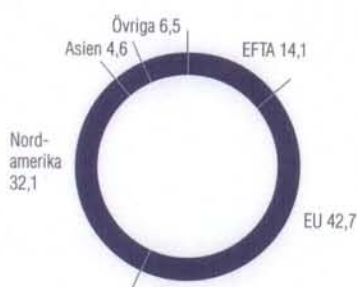
Huvuddelen av försäljningen utanför Sverige

Koncernen bedriver verksamhet genom egna bolag i mer än femtio länder. Av den totala försäljningen sker drygt 90% utanför Sverige. Den största enskilda marknaden är USA, som svarar för cirka 30%. Därefter följer Tyskland, Sverige, Storbritannien, Frankrike och Italien. EU svarar för drygt 40% av försäljningen och över 35% av antalet anställda.

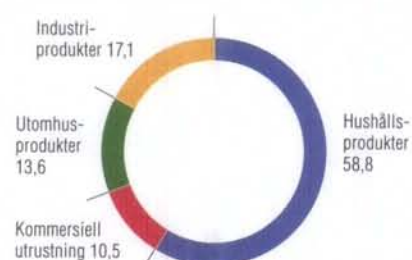
Försäljning i världen	1993		1992	1991
	Mkr	%		
EFTA	14.094	14,1	13.097	14.488
EU	42.786	42,7	36.572	35.554
Övriga Europa	2.234	2,2	1.869	1.083
Nordamerika	32.130	32,1	22.437	21.523
Latinamerika	2.396	2,4	1.720	1.547
Asien	4.569	4,6	3.318	3.429
Afrika	732	0,7	548	523
Oceanien	1.180	1,2	875	880
Totalt	100.121	100,0	80.436	79.027

Uppgift om försäljning per land finns på sid 60.

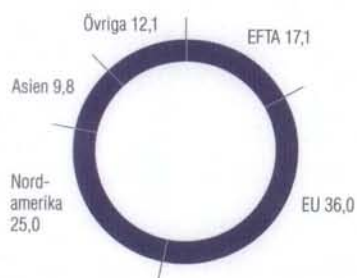
Försäljning i världen, %



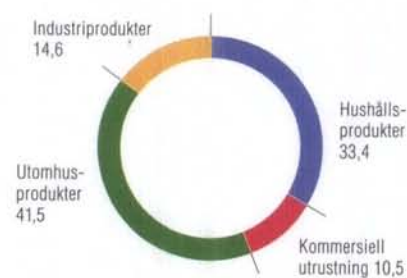
Försäljning per affärsområde, %



Anställda i världen, %



Rörelseresultat efter avskrivningar per affärsområde, %



Fyra affärsområden

Efter försäljningen av nästan samtliga verksamheter inom Kommersiell service har koncernen fyra affärsområden – Hushållsprodukter, Kommersiell utrustning, Utomhusprodukter och Industriprodukter. Kvarvarande verksamheter inom Kommersiell service, dvs dekorations- och inredningsdetaljer samt godsskydd, ingår från 1993 i affärsområdena Hushållsprodukter respektive Industriprodukter.

Hushållsprodukter

De största verksamheterna inom Hushållsprodukter är vitvaror, som svarar för 70% av affärsområdets försäljning. Därutöver ingår dammsugare, absorptionskylskåp för husvagnar och hotellrum, utrustning för luftkonditionering, symaskiner samt köks- och badrumssnickerier. Från 1993 ingår även koncernens verksamhet inom kylkompressorer, som tidigare redovisades inom Industriprodukter.

Kommersiell utrustning

Affärsområdet omfattar främst köksutrustning för restauranger och institutioner samt utrustning för bl a fastighetstvättstugor och tvätterier. Dessa produktområden svarar för nästan 75% av försäljningen. Övriga verksamheter är inriktade på kyl- och frysutrustning för butiker samt damm- och våtsugare för professionella användare.

Utomhusprodukter

I affärsområdet ingår trädgårdsprodukter samt motorsågar och andra verktyg för skogsarbete. Trädgårdsprodukterna omfattar främst bärbara produkter som t ex grästrimmare och lövblåsare samt gräsklippare och trädgårdstraktorer.

Industriprodukter

Industriprodukter är koncernens näst största affärsområde. Drygt 40% av försäljningen omfattar profiler och andra halvfabrikat i aluminium, som tillverkas av Gränges. De största verksamheterna är därefter bilbälten och andra produkter för personsäkerhet i bilar samt utrustning för materialhantering.

Försäljning per affärsområde	1993 Mkr	%	1992 Mkr	1991 Mkr
Hushållsprodukter ¹⁾	58.888	58,8	48.902	47.115
Kommersiell utrustning	10.531	10,5	8.898	8.971
Utomhusprodukter	13.638	13,6	9.333	8.941
Industriprodukter ¹⁾	17.064	17,1	13.303	14.000
Totalt	100.121	100,0	80.436	79.027

Rörelseresultat efter avskrivningar per affärsområde	1993 Mkr	%	1992 Mkr	1991 Mkr
Hushållsprodukter ¹⁾	1.090	33,4	1.073	1.147
Kommersiell utrustning	345	10,5	272	565
Utomhusprodukter	1.354	41,5	710	614
Industriprodukter ¹⁾	476	14,6	195	281
Resultat av större avyttringar, netto	–	–	–	245
Kostnader för strukturprogram	–	–	–	–264
Totalt	3.265	100,0	2.250	2.588

¹⁾ De verksamheter som tidigare utgjorde affärsområdet Kommersiell service ingår från helåret 1993 i Hushållsprodukter respektive Industriprodukter. Från 1993 har produktlinje kompressorer flyttats från Industriprodukter till Hushållsprodukter. Siffrorna för 1991 och 1992 har justerats på motsvarande sätt.

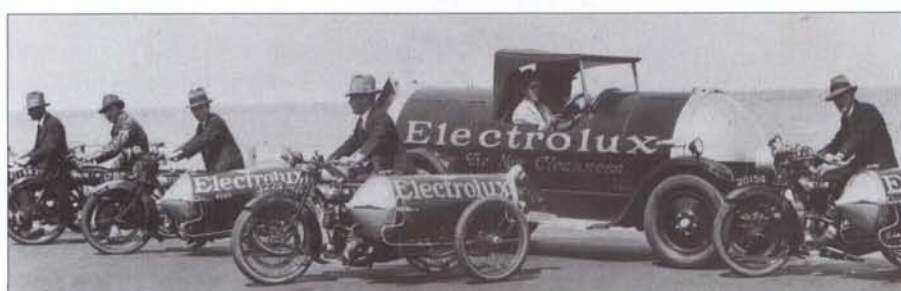
Anställda i världen*	1993	%	1992
EFTA	19.620	17,1	21.009
EU	41.295	36,0	45.267
Övriga Europa	3.551	3,1	3.611
Nordamerika	28.682	25,0	28.011
Latinamerika	9.303	8,1	11.093
Asien	11.184	9,8	10.508
Afrika	–	–	–
Oceanien	1.081	0,9	1.649
Totalt	114.716	100,0	121.148

* Genomsnittligt antal anställda. Uppgift per land finns på sid 60. Av det totala antalet 1993 var cirka 16.400 anställda inom verksamheten för direktförsäljning och cirka 3.900 inom Kommersiell service. Huvuddelen av dessa fanns i Asien.

Electrolux 75 år

Electrolux firar under 1994 sitt 75-års jubileum. Här följer några milstolpar i utvecklingen från den första dammsugaren till dagens världsomfattande koncern.

- 1912** Samarbete etablerades mellan Elektromekaniska AB, lampstillverkaren AB Lux och Axel Wenner-Gren. Den första dammsugaren, LUX I, producerades på Lilla Essingen.
- 1919** AB Electrolux bildades genom sammanslagningen av AB Lux och Elektromekaniska AB. Axel Wenner-Gren utsågs till VD. Den nya metoden med hemförsäljning, som Wenner-Gren introducerat, lade grunden till koncernens fortsatta expansion.
- 1922** De svenska teknologerna Baltzar von Platen och Carl Munters uppfann en apparat som alstrade kyla genom värme enligt en ny tillämpning av absorptionsprocessen.
- 1925** Electrolux köpte AB Arctic, som börjat tillverka kylskåp enligt Platen-Munters uppfinning. Det första absorptionskylskåpet lanserades på världsmarknaden.
- 1928** Koncernen hade fem fabriker, ett tjugotal dotterbolag och 350 kontor runt om i världen. Totalt tillverkades cirka en miljon dammsugare. Introduktion på Londonbörsen.
- 1930** Electrolux A- och B-aktier noterades på Stockholmsbörsen.
- 1940** Köksmaskinen "Assistent" lanserades och blev genom åren en verklig storsäljare.
- 1951** Koncernen introducerade den första hushållstvättmaskinen.
- 1956** Omsättningen passerade en halv miljard kronor. Koncernen introducerade sitt första kompressor-drivna kylskåp. Axel Wenner-Gren säljer sina Electrolux-aktier till Wallenberggruppen.
- 1959** Den första diskmaskinen av Electrolux egen konstruktion tillkom, en bänkmodell som kallades "runda burken".
- 1962** ElektroHelios förvärvades och koncernen tillfördes spisar, frysboxar och ett nytt sortiment tvättmaskiner, som såldes genom fackhandeln.
- 1965** Koncernens omsättning passerade en miljard kronor. Absorptionskyla fick en renässans genom introduktionen av kylskåp för husvagnar.
- 1967** Hans Werthén blev verkställande direktör och perioden av företagsförvärv började på allvar.
- 1974** Electrolux blev nummer ett i världen på dammsugare genom förvärvet av det amerikanska företaget National Union Electric/Eureka.
- 1976** Koncernen expanderade på den franska marknaden genom köpet av vitvaruproducenten Arthur Martin.
- 1978** Husqvarna förvärvades, vilket stärkte den svenska verksamheten inom hushållsprodukter och dessutom lade grunden till koncernens ledande ställning i världen inom motorsågar.
- 1979** Det amerikanska företaget Tappan, som tillverkade hushållsprodukter, förvärvades.
- 1980** Gränges kom in i koncernen och omsättningen ökade till närmare 23 miljarder kronor.
- 1984** Electrolux uppnådde en ledande ställning på vitvarumarknaden i Europa genom köpet av 49% av aktierna i det italienska företaget Zanussi. Aktiemajoriteten förvärvades 1986.
- 1986** White Consolidated, det tredje största vitvaruföretaget i USA förvärvades. Utomhusprodukterna växte genom flera nya köp, bla amerikanska Poulan/Weed Eater. Koncernens omsättning uppgick till 53 miljarder kronor.
- 1988** Affärsområdet Utomhusprodukter förstärktes ytterligare genom köpet av American Yard Products.
- 1991** Lehel, Ungerns ledande tillverkare av kyl- och frysskåp förvärvades. Huvuddelen av affärsområdet Kommersiell service avyttrades.
- 1992** Samarbete startades inom vitvaror med tyska AEGs dotterbolag AEG Hausgeräte och avtal träffades om köp av 10% av aktierna i bolaget.



1 Den första dammsugaren tillverkades i Lux-fabriken på Lilla Essingen i Stockholm 1912.

2 Köksmaskinen "Assistent" lanserades 1940.

3 Kungliga Slottet i Stockholm var en av de första användarna av Electrolux dammsugare.

4 Electrolux-försäljare med sina uppmärksammade tjänstefordon. Här i Melbourne 1927.

5 Säljkären iförd korrekt klädsel vid Electrolux filial i Milwaukee, Wisconsin, USA, 1929.

6 En av de största kylskåpsmodellerna från 1939.

7 Två medarbetare vid Electrolux i Prag 1926.

8 Det första Electrolux-kylskåpet tillverkades 1925.

Till våra aktieägare

Electrolux verksamhet ska huvudsakligen omfatta hushållskapitalvaror för inom- och utomhusbruk samt motsvarande produkter för kommersiella användare. Genom attraktiva produkter och en rationell verksamhet ska vi uppnå en lönsamhet som ger våra aktieägare en god värde- och utdelningstillväxt.

Strategin har varit att genom förvärv och påföljande omstruktureringar uppnå en marknadsposition och en volym inom våra huvudområden, som skapar förutsättningar för en långsiktig konkurrenskraft. Målsättningen har i första hand varit att höra till de ledande företagen på våra viktigaste geografiska marknader. Mot bakgrund av en ökad internationalisering av produkter och marknader strävar vi idag efter att långsiktigt inom våra olika verksamheter uppnå synergieffekter på global nivå inom t ex produktutveckling, inköp och produktion av komponenter samt marknadsföring.

Vi har till stor del nått våra mål vad gäller marknadspositioner. Vi är idag störst eller näst störst på världsmarknaden inom produktområden som svarar för cirka 75% av koncernens försäljning.

Förvärvsstrategin har dock inneburit omfattande omstruktureringar och investeringar i nya anläggningar och produktgenerationer. Dessa resurskrävande åtgärder har genomförts under en lågkonjunktur med svag efterfrågan på flera av våra viktigaste marknader. Sammantaget har detta medfört en otillfredsställande lönsamhet under de senaste åren.

Vi inriktar oss nu framför allt på att:

- fullfölja strukturarbetet och öka den interna effektiviteten
- stärka våra huvudområden och renodla koncernens struktur
- öka bearbetningen av nya marknader i Östeuropa och Asien.

Sänkt kostnadsläge och minskad kapitalbindning

Vi har under de senaste åren successivt sänkt kostnadsläget och minskat kapitalbindningen i rörelsen. Våra koncernövergripande åtgärdsprogram har varit framgångsrika, men det finns fortfarande möjligheter till betydande förbättringar.

Efter de stora investeringarna under senare delen av 1980-talet, som bl a innebar ny- eller ombyggnad av fem större fabriker inom vitvaror, har vi ytterligare förbättrat vår produktionsstruktur. Vi har under de senaste åren stängt ett antal mindre enheter, som inte bedömts vara konkurrenskraftiga på lång sikt. Detta har möjliggjort en förbättring av produktiviteten. Målsättningen är att uppnå en årlig produktivitetökning på 4-5%.

Även om de mer omfattande och kostnadskrävande åtgärderna har genomförts måste vi fortsätta strukturarbetet under 1990-talet. De årliga kostnaderna för detta förväntas dock ligga på en lägre nivå än under de senaste åren.

När det gäller kapitalbindningen har vi framför allt varit framgångsrika med att reducera varulagren. Under 1993 minskade lagren valutarentat till 16,1% av omsättningen och kundfordringarna till 17,8%. Målsättningen kvarstår att lager



Anders Scharp

Leif Johansson

respektive kundfördringar ska minska till 15% av omsättningen, vilket med nuvarande verksamhetsvolym innebär en ytterligare frigörelse av kapital motsvarande SEK 3,5 miljarder.

Nya produktsortiment och ökade satsningar på marknadsföring

Som ett led i utvecklingen av de olika verksamheterna efter förvärven har vi gjort betydande satsningar på nya produkter. Den goda volymutvecklingen under året inom bla skogs- och trädgårdsprodukter, bilsäkerhetsutrustning och kompressorer är till stor del resultatet av dessa ansträngningar. För att kunna öka vår organiska tillväxt under 1990-talet måste vi dock ytterligare öka takten i produktförnyelsen.

Inom vitvaror har vi under de senaste åren arbetat med att ta fram fyra nya och väl differentierade produktsortiment för den europeiska marknaden. Det sista av dessa lanserades under 1993. Förutsättningar har därmed skapats för en mer konsekvent positionering av våra varumärken i Europa mot olika marknadssegment. Under året introducerades också ett helt nytt sortiment för varumärket Frigidaire på den amerikanska marknaden. Vi befinner oss nu i en fas med ökade satsningar på marknadsföring.

Vi har också inom våra olika verksamheter lagt ned stora resurser på att utveckla mer miljövänliga produkter och försäljningen av dessa ökar successivt. I början av 1993 lanserade vi en ny generation av helt CFC-fria kyl/frysar, som dessutom har en mycket låg energiåtgång. Vi var därmed den första tillverkaren på marknaden med ett komplett sortiment av CFC-fria produkter.

Det är vår målsättning att vara ledande inom samtliga produktområden när det gäller en bättre miljöanpassning.

Förhandlingar om förvärv av AEGs vitvaruverksamhet

Vi har sedan juni 1992 haft ett samarbete med tyska AEGs vitvarubolag, AEG Hausgeräte, inom produktutveckling och tillverkning av toppmatade tvättmaskiner, torktumlare och diskmaskiner. Electrolux äger 20% av aktierna i bolaget.

I början av december 1993 erbjöds vi av AEGs styrelse att förvärva samtliga aktier i AEG Hausgeräte, inklusive rätten att använda varumärket AEG för vitvaror, dammsugare och andra hushållsprodukter.

AEG Hausgeräte hade 1993 en omsättning på DEM 2,6 miljarder och cirka 9.000 anställda. Drygt 40% av försäljningen avser export från Tyskland, huvudsakligen till övriga Europa. Produktprogrammet omfattar främst vitvaror och dammsugare för de övre prissegmenten, som tillverkas vid tre fabriker i Tyskland. Varumärket AEG har en stark position i Tyskland och är vad gäller marknadsandel ett av de största vitvarumärkena i Europa.

Ett förvärv av AEG Hausgeräte skulle ge oss en geografiskt och produktmässigt komplett vitvaruverksamhet i Europa. Detta genom att företagets försäljning huvudsakligen är koncentrerad till centrala Europa, medan Electrolux framför allt har en stark ställning i norra och södra Europa.

AEG är vidare starkt på högre specificerade produkter för inbyggnad, medan vår styrka framför allt ligger på sk fristående produkter.

Vi skulle tillsammans med AEG uppnå en marknadsandel i Tyskland av samma storlek som ledande tillverkaren Bosch-Siemens. Tyskland är den största vitvarumarknaden i Europa både vad gäller värde och volym och är drivande vad gäller produktutveckling.

Även om ett förvärv av AEG i ett kortare perspektiv kan innebära en belastning på koncernens resultat, bedömer vi det som strategiskt riktigt på grund av den geografiska och produktmässiga förstärkningen av vår marknadsposition samt de skalfördelar och synergieffekter som på sikt kan uppnås. Vi fortsätter arbetet med att renodla koncernens struktur för att möta de finansiella krav som ett förvärv kommer att medföra.

Förhandlingarna med AEG beräknas vara avslutade under första kvartalet 1994. Ett eventuellt förvärv förutsätter därefter godkännande av EU-kommissionen, vilket beräknas ta ytterligare ett antal månader. Ett eventuellt övertagande av AEG Hausgeräte kommer därmed sannolikt inte att kunna ske förrän under andra halvåret 1994.

Ökad bearbetning av nya marknader

De senaste årens politiska förändringar har skapat förutsättningar för en i sann bemärkelse global närvaro. Öppnandet av nya marknader som Östeuropa, Kina och Indien, bildandet av frihandelsområden på olika håll i världen samt naturligtvis Gatt-avtalet innebär ökade möjligheter till expansion.

Vi har under de senaste åren framför allt ökat våra satsningar i Östeuropa och på vissa marknader i Asien. I Östeuropa har vi efter förvärvet 1991 av Ungerns största vitvaruföretag, Lehel, etablerat egna bolag i alla viktiga länder. Under 1993 fattade vi bla beslut om att starta tillverkning av spisar i Estland. Under 1994 ökar vi våra aktiviteter inom samtliga produktområden.

I Asien är vi sedan länge etablerade med direktförsäljning av dammsugare samt vissa andra högspecificerade hushållsprodukter. Vi har även en relativt omfattande försäljning av utomhusprodukter och kommersiell utrustning. Under 1992 och 1993 startade vi ett flertal sk joint ventures inom bilsäkerhetsprodukter och kompressorer för kylskåp. Inom hushållsprodukter träffade vi under 1993 avtal om ett joint venture i Vietnam avseende kylskåp. Vi blir därmed den första västeuropeiska vitvarutillverkaren som startar tillverkning i landet. Vi arbetar också med ett stort antal projekt avseende den kinesiska marknaden.

Koncernens försäljning i Östeuropa uppgick 1993 till mer än SEK 2,2 miljarder och i Asien till drygt SEK 4,5 miljarder. Målsättningen är att fördubbla försäljningen i båda dessa områden under de närmaste fem åren. Vi kommer här att växa successivt genom etablering av hel- eller delägda bolag då möjligheterna att göra förvärv på dessa marknader

är begränsade. Expansionen kommer inte att ta några stora finansiella resurser i anspråk utan rymms inom ramen för vad vi kan klara vid en normal lönsamhet.

Bättre resultat 1993

Vi uppnådde under 1993 en väsentlig ökning av koncernens resultat. Även om vi gynnades av valutakursförändringarna i Europa, kan vi konstatera att de senaste årens omstruktureringar och övriga interna åtgärder stärkt koncernens konkurrenskraft. Våra marknadsandelar ökade totalt sett under året.

Det är också glädjande att resultatförbättringen kunde uppnås trots en fallande efterfrågan i Europa inom de flesta av våra produktområden och trots betydande kostnader av engångskaraktär i både Europa och USA.

Förbättringen av resultatet kan till största delen hänföras till affärsområdet Utomhusprodukter, men även Industriprodukter visade en väsentlig uppgång. Exklusive struktur- och engångskostnader förbättrades också resultatet för Hushållsprodukter.

Vi har en mycket stark position inom Utomhusprodukter. Verksamheten är idag väl konsoliderad efter en kraftig expansion genom förvärv under senare hälften av 1980-talet. Vi hade under året en god utveckling i både Europa och USA. Särskilt Husqvarna hade en mycket gynnsam situation tack vare den försvagade svenska kronan, som möjliggjorde högre marginaler och en ökad export av motorsågar från fabriken i Sverige.

Utsikter för 1994

Marknadsläget i Europa under 1994 är svårbedömt. Vi räknar dock inte med någon nämnvärd förbättring jämfört med 1993. Uppgången i den amerikanska ekonomin bör däremot fortsätta och medföra en ökad efterfrågan inom de flesta områden.

När det gäller vitvarumarknaden förväntar vi oss i likhet med föregående år en mindre volymnedgång i Europa, främst på grund av en försvagning i Tyskland, och en stabil ökning i USA.

Även om marknadsläget inte skulle förbättras bedömer vi ändå att resultatet kan höjas tack vare interna åtgärder samt fördelen av att ha en stor del av tillverkningen i länder med svaga valutor. Vi åtgärdade också under 1993 ett antal förlustbringande enheter. Programmen för att minska lager och kundfordringar kommer även fortsatt att bidra till en minskad kapitalbindning och ett förbättrat kassaflöde.

De finansiella målen är oförändrade

Vår syn på koncernens goda möjligheter i ett längre perspektiv har inte förändrats. Målsättningen kvarstår att under en konjunkturcykel nå en avkastning på eget kapital efter skatt på 15%. Med hänsyn till att koncernens expansionsmöjligheter bedöms uppgå till 5–10% per år, innebär uppfyllandet av målsättningen också en successiv förstärkning av soliditeten.

Styrelsen har för 1993 föreslagit en oförändrad utdelning. Så snart resultatutvecklingen tillåter kommer utdelningen dock att återställas till sin tidigare nivå för att därefter höjas i takt med tillväxten i eget kapital.



Anders Scharp
Styrelseordförande
och koncernchef



Leif Johansson
Verkställande direktör

Svagare konjunktur i Västeuropa men uppgång i USA

Konjunkturutvecklingen inom OECD-området kännetecknades under 1993 av en ökad tillväxt i Nordamerika, som uppgick till knappt 3% och en svagt fallande produktion i Västeuropa och Japan. Tillväxten inom OECD-området uppgick i genomsnitt till drygt 1%.

Nedgången i Västeuropa förklaras till stor del av att Tyskland förde en stram penningpolitik med höga räntor för att dämpa det inflationstryck som uppstått i samband med återföreningen. Övriga länder inom det europeiska valutasamarbetet, EMS, tvingades därmed att hålla räntorna på en motsvarande nivå för att undvika en försvagning av sina valutor. Det höga ränteläget dämpade en redan svag ekonomisk aktivitet i Europa. Stora offentliga underskott innebar också begränsade möjligheter att föra en mer expansiv finanspolitik. Arbetslösheten i Västeuropa ökade under året till en nivå kring 11–12%.

Den gradvisa upplösningen av systemet med fasta växelkurser har inneburit en viss lättnad vad gäller räntepolitik och valutadisciplin. Samtidigt har den tyska ekonomin försvagats påtagligt. Räntorna i Europa har därmed successivt kunnat sänkas, vilket i sin tur skapat förutsättningar för en återhämtning av konjunkturen.

Av de stora ekonomierna i Europa är det hittills endast Storbritannien som visat tecken på en mer stabil återhämtning. Den största osäkerheten gäller utvecklingen i Tyskland. Även om Västeuropa under 1994 förväntas uppvisa tillväxt, blir utvecklingen sannolikt fortsatt svag i de länder som är särskilt beroende av Tyskland och som prioriterar en fast växelkurs, bl a Nederländerna, Belgien och Frankrike. Allt tyder på att arbetslösheten i Västeuropa kommer att ligga kvar på en hög nivå.

Uppgången i den amerikanska ekonomin förväntas under 1994 bli starkare än under föregående år. Även Kanada väntas visa en högre tillväxt.

Botten nådd i den svenska ekonomin

Den svenska ekonomin passerade under 1993 den djupaste svackan i modern tid. Nedgången i den totala produktionen blev cirka 2%, främst till följd av kraftiga fall i den privata konsumtionen och investeringarna. Den totala arbetslösheten, inklusive personer i arbetsmarknadspolitiska åtgärder, uppgick i slutet av 1993 till knappt 15%. Försvagningen av kronan och en påtaglig inhemsk kostnadsanpassning har dock inneburit ett förbättrat konkurrensläge för industrin och exporten ökade under året med drygt 7%.

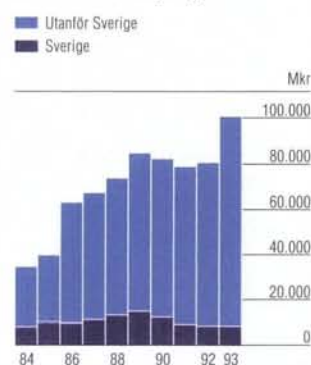
En återhämtning i ekonomin inleddes under främst andra halvåret 1993 och har successivt förstärkts. Det fördelaktiga konkurrensläget för industrin består och kommer att innebära en fortsatt ökning av exporten. Den privata konsumtionen väntas under 1994 visa en svag ökning medan industrins investeringar bedöms kunna öka kraftigt efter ett kontinuerligt fall sedan 1989. Trots en förväntad god tillväxt kommer arbetslösheten att vara fortsatt hög. Ett betydande problem och en osäkerhetsfaktor i ekonomin är underskottet i de offentliga finanserna och den därmed ökande statsskulden.

Försvagningen av kronan påverkar årets nyckeltal

Beslutet den 19 november 1992 att låta den svenska kronan flyta innebar att denna vid årsskiftet hade deprecierats med 14% mot ett handelsvägt valutaindex. Under 1993 försvagades kronan, mätt på motsvarande sätt, med ytterligare 12%. Kursen på USD var i svenska kronor vid årsskiftet 1993 cirka 18% högre än vid samma tidpunkt 1992.

Valutakursförändringarna under året har väsentligt påverkat koncernens nyckeltal för 1993. Detta gäller bl a när poster i balansräkningen, som

Koncernens försäljning



Efter justering för valutaeffekter ökade försäljningen 1993 med 4%.

omräknats till balansdagskurs, sätts i relation till poster i resultaträkningen, som omräknats till genomsnittskurs.

I de nedan angivna nyckeltalen för nettotillgångar, lager och kundfordringar i procent av försäljningen, har valutaeffekterna eliminerats genom att posterna i både balans- och resultaträkning omräknats till samma kurs. I finansieringsanalysen anges den totala valutaeffekten på koncernens nettotillgångar i en separat post.

Ökad försäljning även rensad för valutaeffekt

Koncernens försäljning ökade 1993 till 100.121 Mkr jämfört med 80.436 Mkr under föregående år. Av den totala försäljningen var 92.092 Mkr (72.348) eller 92% (90) utanför Sverige. Efter justering för förvärvade och avyttrade enheter ökade försäljningen med knappt 25%. Rensat för valuta-kurseffekter ökade försäljningen med 4%.

Uppgift om koncernens försäljning per land och länderområden finns på sid 60.

Exporten från Sverige uppgick under året till 8.848 Mkr (6.889), varav 5.527 Mkr (4.089) till egna dotterbolag. De svenska fabriker svarade för cirka 15% (17) av det totala tillverkningsvärdet.

Bättre rörelseresultat och avkastning

Rörelseresultatet efter planerliga avskrivningar förbättrades med 45% till 3.265 Mkr (2.250), vilket motsvarade 3,3% (2,8) av försäljningen. Resultatet efter finansiella poster ökade till 1.570 Mkr (1.016), motsvarande 1,6% (1,3) av försäljningen.

Koncernens nettovinst efter minoritetsandelar och skatt förbättrades till 584 Mkr (183), vilket innebar en ökning av vinsten per aktie till 8:00 kr (2:50).

Avkastningen på eget kapital efter full skatt uppgick till 3,5% (1,2). Avkastningen på koncernens nettotillgångar var 7,5% (6,0). För definitioner av använda nyckeltal, se sid 49.

Reavinster/förluster

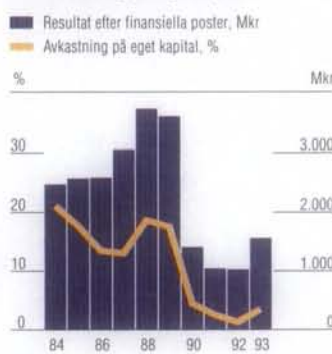
I det ovan nämnda rörelseresultatet ingår realisationsvinster på totalt 260 Mkr från försäljningen av aktier i det australiensiska företaget Email Ltd under andra kvartalet och en verksamhet i USA inom avfallskvarnar under tredje kvartalet. I resultatet ingår också realisationsförluster på motsvarande belopp från avyttringen av koncernens verksamhet inom direktförsäljning i Frankrike under andra kvartalet och en tvättmaskinsfabrik i Spanien under tredje kvartalet.

Rörelseresultat och avkastning på nettotillgångar



Rörelseresultatet ökade 1993 med 45% till 3.265 Mkr, främst tack vare en god utveckling för Utomhusprodukter och Industriprodukter.

Resultat efter finansiella poster och avkastning på eget kapital



Resultatet efter finansiella poster förbättrades till 1.570 Mkr. Avkastningen på eget kapital var 3,5%.

Försäljning och resultat per kvartal

	Försäljning, Mkr		Rörelseresultat efter avskrivningar, Mkr		Resultat efter finansiella poster och före skatt, Mkr		Vinst per aktie efter full skatt, kr	
	1993	1992	1993	1992	1993	1992	1993	1992
1 kvartalet	23.991	19.462	643	618	202	253	0:00	0:20
2 kvartalet	25.657	21.340	974	902	561	505	2:10	3:30
3 kvartalet	24.603	18.151	646	370	198	-22	-0:10	-0:30
4 kvartalet	25.870	21.483	1.002	360	609	280	6:00	-0:70
Helår	100.121	80.436	3.265	2.250	1.570	1.016	8:00	2:50

Finansnettot

Nettot av koncernens finansiella intäkter och kostnader uppgick till -1.695 Mkr (-1.234), motsvarande -1,7% (-1,5) av omsättningen. I finansnettot föregående år ingick kursvinster på cirka 250 Mkr, som uppkom under fjärde kvartalet i samband med nedskrivningen av den svenska kronan. Försämringen av finansnettot i absoluta tal är en effekt av valutakursförändringarna under året.

Räntorna för kontinentalvalutorna föll kraftigt under året medan USD-räntan låg kvar på en i stort sett oförändrat låg nivå. Valutaläget var fortsatt instabilt med tidvis stor volatilitet. Den svenska kronan försvagades påtagligt under året.

Koncernens skatter

Koncernens redovisade skatter består av inkomstskatt, latent skatt och övriga skatter. Under 1993 ökade de totala redovisade skatterna till 932 Mkr (775). Inkomstskatten ökade från 583 Mkr till 785 Mkr, dvs med 202 Mkr. Latent skatt på periodiseringskillnader m m var även under 1993 positiv och uppgick till 174 Mkr. Övriga skatter, som huvudsakligen utgörs av fastighets-skatter, ökade med 63 Mkr till 321 Mkr. Se not 3, sid 44.

Utvecklingen av rörelseresultat och lönsamhet per affärsområde

Den europeiska marknaden kännetecknades generellt sett av en lägre efterfrågan än under föregående år. Under första halvåret noterades en kraftig nedgång inom framför allt vitvaror i Norden och Spanien, som dock planade ut under de två sista kvartalen. Marknaden i Storbritannien visade samtidigt en viss uppgång. I Tyskland sjönk efterfrågan på vitvaror under andra halvåret efter en god tillväxt under årets första hälft. Även Frankrike och Italien försvagades successivt. Den nordamerikanska marknaden visade däremot en uppgång inom samtliga produktområden.

Rörelseresultatet förbättrades successivt under året. Ökningen kan till största delen hänföras till affärsområdena Utomhusprodukter och Industriprodukter, men även Kommersiell utrustning visade en uppgång. Resultatet för Hushållsprodukter var i stort sett oförändrat jämfört med föregående år, trots betydande kostnader av engångskaraktär.

Förbättringen är framför allt en konsekvens av de senaste årens omstruktureringar och satsningar på nya produkter, som tillsammans med de förändrade valutakurserna stärkt koncernens konkurrenskraft.

Oförändrat resultat för Hushållsprodukter

Resultatet för produktlinje vitvaror visade under första halvåret en försämring i Nordamerika och Spanien på totalt cirka 500 Mkr. Resultatnedgången i Nordamerika förklaras av kostnader för introduktionen av nya produkter, åtgärdandet av en felaktig komponent i en diskmaskinsmodell samt en omstrukturering av verksamheten mellan USA och Kanada. Den negativa utvecklingen i Spanien berodde huvudsakligen på det försvagade marknadsläget som medförde lägre volymer och kostsamma anpassningar av kapaciteten. Resultatet för vitvaror belastades dessutom under fjärde kvartalet av betydande reserveringar för kommande strukturåtgärder.

Exklusive struktur- och engångskostnader förbättrades resultatet för vitvaror i både Europa och Nordamerika. En positiv resultatutveckling noterades också under året för framför allt dammsugare, luftkonditionering och kompressorer, men även övriga verksamheter inom affärsområdet visade förbättrade rörelseresultat. Lönsamheten för Hushållsprodukter låg i nivå med föregående år.

Genomsnittlig årlig tillväxt 1984-1993

Försäljning	12,0%
Eget kapital	11,5%
Eget kapital per aktie	8,9%
Börskurs, B-aktien	9,1%

Försäljning per affärsområde

	Försäljning		Förändring %
	1993 Mkr	1992 Mkr	
Hushållsprodukter ¹⁾	58.888	48.902	20,4
Kommersiell utrustning	10.531	8.898	18,4
Utomhusprodukter	13.638	9.333	46,1
Industriprodukter ¹⁾	17.064	13.303	28,3
Totalt	100.121	80.436	24,5

Rörelseresultat efter avskrivningar per affärsområde

	Rörelseresultat efter avskrivningar		Förändring %
	1993 Mkr	1992 Mkr	
Hushållsprodukter ¹⁾	1.090	1.073	1,6
Kommersiell utrustning	345	272	26,8
Utomhusprodukter	1.354	710	90,7
Industriprodukter ¹⁾	476	195	144,1
Totalt	3.265	2.250	45,1

¹⁾ De verksamheter som tidigare utgjorde affärsområdet Kommersiell service ingår från och med helåret 1993 i Hushållsprodukter respektive Industriprodukter. Från 1993 har produktlinje kompressorer flyttats från Industriprodukter till Hushållsprodukter. Siffrorna för 1992 har justerats på motsvarande sätt.

Förbättring för Kommersiell utrustning

Inom Kommersiell utrustning minskade rörelseresultatet för storköksutrustning till följd av en lägre efterfrågan i Europa. Produktlinjen uppnådde dock ett ökat resultat under årets två sista kvartal. Industriell tvättutrustning visade ett förbättrat rörelseresultat till följd av ökade exportintäkter samt genomförda interna åtgärder. Även kommersiell kylutrustning och kommersiell städutrustning hade en positiv resultatutveckling. Affärsområdets lönsamhet förbättrades jämfört med föregående år.

Stark resultatökning för Utomhusprodukter

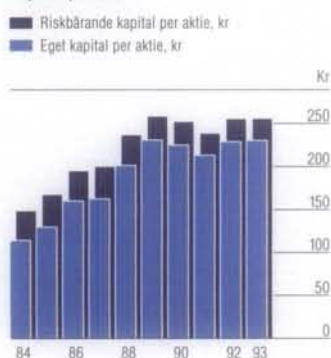
En ökad efterfrågan i USA på både motorsågar och trädgårdsprodukter medförde en god resultatutveckling för koncernens amerikanska bolag Poulan/Weed Eater och American Yard Products. Även Husqvarna hade en god volymtillväxt inom motorsågar och resultatet visade en markant förbättring, främst genom att den försvagade svenska kronan möjliggjorde högre marginaler och en ökad export från Sverige. Inom trädgårdsprodukter i Europa ökade både Flymos och Husqvarnas försäljning i Storbritannien och Frankrike. Lönsamheten för Utomhusprodukter förbättrades väsentligt.

Väsentligt bättre resultat för Industriprodukter

Gränges visade ett markant förbättrat rörelseresultat, främst tack vare en positiv utveckling för både primärsållverket och Sapas svenska verksamhet samt ökade volymer av tunna band för bilkylare. Högre skrotpriser innebar också ett bättre resultat för Gotthard Nilsson.

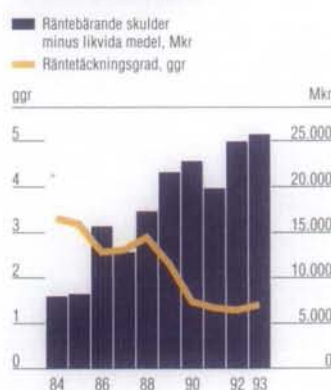
En ökad försäljning av framför allt airbags medförde ett förbättrat rörelseresultat för Electrolux Autoliv. En fortsatt svag resultatutveckling noterades däremot för materialhantering. Affärsområdets lönsamhet visade en väsentlig förbättring.

Eget kapital och riskbärande kapital per aktie



Eget kapital per aktie har under de senaste tio åren ökat med i genomsnitt 9% per år.

Koncernens lånesituation



Nettoupplåningen uppgick vid årsskiftet till 25.715 Mkr. Ökningen är i sin helhet en valutaeffekt.

Finansiell ställning

Koncernens likvida medel uppgick per den 31 december 1993 till 8.357 Mkr (8.096), vilket motsvarade 8,3% (10,1) av omsättningen. Nettolikviditeten, dvs likvida medel minskade med kortfristig upplåning, uppgick till -275 Mkr (-3.118).

Nettotillgångarna, dvs totala tillgångar med avdrag för likvida medel och samtliga ej räntebärande skulder inklusive 30% latent skatteskuld på obeskattade reserver, uppgick till 42.568 Mkr (41.728). Efter justering för valutaeffekter motsvarade nettotillgångarna 40,9% (46,1) av omsättningen.

I nettotillgångarna ingår tillgångar avseende kundfinansiering på 2.679 Mkr (2.592).

Eget kapital

Koncernens egna kapital uppgick per den 31 december 1993 till 16.853 Mkr (16.772) och det totala riskbärande kapitalet till 18.706 Mkr (18.703).

I enlighet med de nya reglerna i USA för redovisning av bl a sk "post employment benefits" (FAS 106), skuldfördes dessa åtaganden genom en motsvarande nedskrivning av ingående eget kapital med 924 Mkr. Se not 9 sid 46.

Eget kapital respektive riskbärande kapital per aktie uppgick vid årsskiftet till 230 kr (229) respektive 255 kr (256).

Soliditet

Soliditeten sjönk till 24,3% (26,4). Vid beräkningen av soliditeten har likvida medel i likhet med tidigare år nettats mot korta lån. Försämringen av

soliditeten beror huvudsakligen på den ovan nämnda nedskrivningen av det egna kapitalet.

Med nuvarande verksamhetsinriktning, marknadsposition och geografiska spridning är målsättningen att soliditeten ska uppgå till minst 25%.

Räntebärande skulder

Koncernen hade per den 31 december 1993 totala räntebärande skulder på 33.970 Mkr (32.813), varav pensionsskulden (PRI) utgjorde 1.313 Mkr (1.947). Under året inlöstes PRI-skulder på totalt 687 Mkr.

Nettoupplåningen, dvs totala räntebärande skulder minus likvida medel, uppgick vid årsskiftet till 25.715 Mkr (24.956). Ökningen av de räntebärande skulderna och nettoupplåningen är uteslutande en valutaeffekt.

De räntebärande skulderna bestod till 63% (53) av långfristiga lån. Av de långfristiga lånen löper 67% (76) till fast ränta.

Lager och kundfordringar

Koncernen har sedan början av 1980-talet haft omfattande program för att sänka kapitalbindningen. Målsättningen är att varulager respektive kundfordringar ska minska till 15% av försäljningen.

Varulagren uppgick 1993 till 16.698 Mkr (15.883) och kundfordringarna till 18.522 Mkr (16.509). Ökningen av båda posterna är en effekt av förändrade valutakurser, framför allt en väsentligt högre USD. Justerat för valutaeffekter minskade lagren till 16,1% (17,5) och kundfordringarna till 17,8% (18,2) av omsättningen.

Koncernens valutaexponering

Genom att koncernen har betydande nettotillgångar i utländsk valuta samt omfattande kommersiella flöden kan förändringar i valutakurser påverka resultat och eget kapital negativt. För att förhindra detta täcker koncernen dessa valutarisker, dock med beaktande av kostnader och skattekonsekvenser för en sådan täckning.

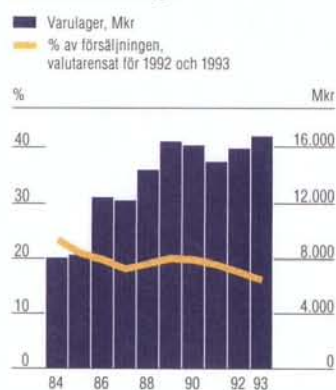
Exponering på grund av utländska tillgångar

De utländska dotterbolagens tillgångar med avdrag för skulderna utgör en nettoinvestering i utländsk valuta, som vid konsolideringen ger upphov till en sk omräkningsdifferens. För att undvika förluster i koncernens eget kapital sker upplåning eller terminssäkring av denna nettoinvestering baserat på den bedömda risken samt med beaktande av skatteeffekten. Det innebär att det minskade värdet av en nettoinvestering vid en kursnedgång motverkas av kursvinster på moderbolagets lån och terminskontrakt i samma valuta och tvärtom. Storleken på den totala täckningen varierar mellan maximalt 100% av nettoinvesteringen plus skatteeffekt – varvid påverkan på koncernens egna kapital vid kursförändringar i princip är noll uttryckt i svenska kronor – och den nivå där koncernens soliditet hålls intakt vid valutaförändringar. Genom att det är svårt att åstadkomma upplåning i vissa valutor uppkommer dock alltid en viss nettoexponering. Under 1993 var den totala genomsnittliga täckningen cirka 95% före skatt.

Terminskontrakt för skydd av utländska nettoinvesteringar uppgick vid årsskiftet till 10.118 Mkr (3.633).

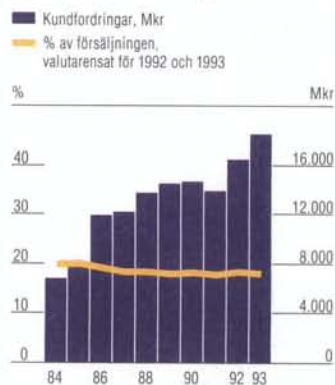
Positiva omräkningsdifferenser som uppkom vid konsolidering av utländska dotterbolag uppgick 1993 netto till 900 Mkr (1.662). Vid beräkning av dessa har hänsyn tagits till moderbolagets kursdifferenser på lån och terminskontrakt avsedda för skydd av dotterbolagens egna kapital med avdrag för beräknad skatt. Beloppet har förts direkt mot eget kapital i kon-

Koncernens varulager



Justerat för förändrade valutakurser minskade varulagren 1993 till 16,1% av försäljningen jämfört med 17,5% under föregående år.

Koncernens kundfordringar



Efter justering för valutaeffekter minskade kundfordringarna 1993 till 17,8% av försäljningen jämfört med 18,2% under föregående år.

cernens balansräkning och således inte påverkat årets resultat. Den omräkningsförlust som kan hänföras till länder med särskilt hög inflationstakt har däremot belastat rörelseresultatet. Se redovisningsprinciper på sid 41.

Exponering på grund av kommersiella flöden

Handeln mellan koncernbolag, leverantörer och kunder ger upphov till en sk flödesexponering. Cirka 80% av flödena sker mellan koncernbolag. I och med att koncernens produktion är väl spridd med dubbelriktade valutaflöden reduceras effekten av förändringar i valutakurserna. Den interna exponeringen minskas dessutom genom koncernens nettingsystem. Detta system innebär också att de återstående valutaflödena kontinuerligt kan överblickas och åtgärder vidtagas för att åstadkomma förändringar i positionerna. Koncernens totala valutarisk hanteras centralt. Huvudsaklig exponering är inflöden i GBP, FRF och DEM mot ITL.

Bolagen täcker sina kommersiella valutaflöden med hjälp av koncernens finansenheter. Finansrörelsen övertar därmed valutarisken och kan därefter täcka riskerna externt genom terminsaffärer, upplåning eller depositioner. Även optioner och andra derivatinstrument används. Kursdifferenser som uppstår på kortfristiga kommersiella fordringar och skulder i utländsk valuta ingår i rörelseresultatet.

Investeringar och FOU-kostnader

Investeringarna uppgick 1993 till 3.682 Mkr (3.623), varav 415 Mkr (649) i Sverige. De totala investeringarna motsvarade därmed 3,7% av koncernens försäljning jämfört med 4,5% under föregående år.

Efter ny- och ombyggnad av ett stort antal produktionsanläggningar under senare delen av 1980-talet inriktas koncernens investeringar nu alltmer på nya produkter.

Kostnaderna för forskning och utveckling uppgick 1993 till 1.275 Mkr (1.091).

Förbättrat kassaflöde

Efter eliminering av valutaeffekter var koncernens kassaflöde positivt under 1993. Detta uppnåddes främst tack vare en väsentlig förbättring av rörelseresultatet samt en minskning av varulagren.

Förhandlingar om förvärv av AEG Hausgeräte

Electrolux och tyska AEGs vitvarubolag, AEG Hausgeräte AG, har sedan 1992 haft ett samarbete avseende produktutveckling och tillverkning av toppmatade tvättmaskiner, torktumlare och golvdiskmaskiner.

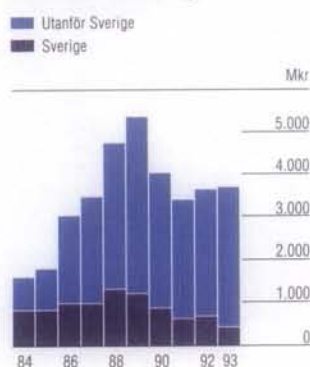
I den ursprungliga överenskommelsen ingick att Electrolux skulle förvärva 10% av aktierna i AEG Hausgeräte samt ha möjlighet att öka innehavet till 20% allteftersom samarbetet utvidgades. AEG skulle i sin tur teckna ett konvertibelt förlagslån utgivet av Electrolux på DEM 80 miljoner med rätt till konvertering till B-aktier i Electrolux.

I början av december 1993 erbjöds Electrolux av AEG att förvärva samtliga aktier i AEG Hausgeräte inklusive rätten att använda varumärket AEG för vitvaror, dammsugare och andra hushållsapparater.

I avvaktan på utgången av förhandlingarna utnyttjade Electrolux sin option att köpa ytterligare aktier i AEG Hausgeräte och äger från årsskiftet 20% av aktierna. Med hänvisning till sitt erbjudande att sälja hela bolaget har AEG avstått från att teckna det ovan nämnda konverteringslånet.

Förhandlingarna med AEG beräknas vara avslutade under första kvartalet 1994. Ett eventuellt förvärv förutsätter därefter godkännande enligt EUs fusionskontrollförordning.

Koncernens investeringar



Investeringarna uppgick 1993 till 3,7% av försäljningen jämfört med 4,5% under föregående år.

Försäljning av aktier och mindre verksamheter

Under andra kvartalet såldes 26 miljoner aktier i Email Ltd i Australien. Koncernen minskade därmed sitt innehav i bolaget från 15,3% till drygt 5%. Under samma kvartal avyttrades även verksamheten inom direktförsäljning i Frankrike.

Under tredje kvartalet såldes en verksamhet inriktad på avfallskvarnar i USA samt en av koncernens två tvättmaskinsfabriker i Spanien.

Försäljningen av aktierna i Email och verksamheten inom avfallskvarnar medförde realisationsvinster på totalt 260 Mkr, medan avyttringen av de två övriga verksamheterna sammanlagt innebar realisationsförluster på ett motsvarande belopp.

Lägre antal anställda

Det genomsnittliga antalet anställda minskade 1993 till 114.716 (121.148), varav 15.118 (16.202) i Sverige. Antalet anställda vid årets slut var 109.380 (119.163). Minskningen förklaras dels av avyttringen av verksamheter, dels av genomförda kapacitetsanpassningar och strukturåtgärder. Förvärvade bolag innebar en ökning med 106 personer.

Av det totala genomsnittliga antalet anställda 1993 kan cirka 16.400 hänföras till verksamheten för direktförsäljning och cirka 3.900 till Komersiell service. Huvuddelen av dessa finns i Asien.

Uppgift om antalet anställda per land och länderområden finns på sid 60.

Löner och ersättningar uppgick totalt till 18.691 Mkr (15.902), varav 2.680 Mkr (2.698) i Sverige. Se vidare not 11, sid 47.

En specifikation av antal anställda och löner finns också i den separata årsredovisningen för moderbolaget.

Moderbolaget

Moderbolagets försäljning uppgick 1993 till 4.717 Mkr (4.360), varav 1.724 Mkr (1.903) avsåg försäljning till koncernbolag och 2.993 Mkr (2.457) försäljning till utomstående kunder. Efter bokslutsdispositioner på 316 Mkr (-215) och skatter på -5 Mkr (-5), redovisade moderbolaget en vinst på 296 Mkr (587).

De finansiella kursdifferenserna uppgick under året till -2.699 Mkr (1.066), varav kursförluster på lån avsedda för skydd av dotterbolagens egna kapital utgjorde -1.770 Mkr (116) och kursförluster på terminskontrakt för samma ändamål utgjorde -1.177 Mkr (548).

Koncernens politik för skydd av dotterbolagens egna kapital, se sid 13, medförde orealiserade kursförluster i moderbolaget på 2.594 Mkr. Vid oförändrade valutakurser skulle detta komma att innebära att moderbolagets resultat 1994 påverkas med -400 Mkr, 1995 med -1.000 Mkr och åren därefter med -1.200 Mkr. De orealiserade kursförlusterna uppvägs av den värdestegring på de utländska dotterbolagens nettotillgångar, som uppstår på grund av kursförändringar men som ej bokförs i moderbolaget.

I koncernen uppstår ingen resultateffekt eftersom kursförlusterna förts mot den omräkningsdifferens, dvs ökning av det egna kapitalet, som uppkommit när de utländska dotterbolagens nettotillgångar omräknats till balansdagens kurs.

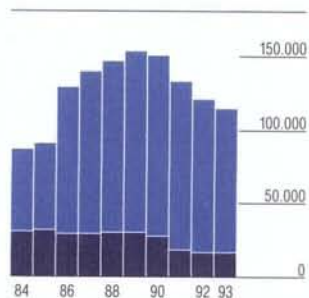
Förslag till utdelning

Styrelsen föreslår en oförändrad utdelning för 1993 på 6:25 kr per aktie, eller totalt 458 Mkr.

Ett sammandrag av redovisningen för moderbolaget finns på sid 49.

Antal anställda

■ Utanför Sverige
■ Sverige



Det genomsnittliga antalet anställda minskade 1993 med 6.500 till 114.700.

Resultat och finansiell ställning enligt amerikanska redovisningsprinciper, US GAAP

I tabellen nedan lämnas en sammanfattning av koncernens resultat och finansiella ställning enligt US GAAP. Ytterligare information samt en beskrivning av de väsentligaste skillnaderna mellan amerikanska och svenska redovisningsprinciper finns i not 12 på sid 47.

Electrolux lämnar också en årlig rapport, en sk Form 20-F, till den amerikanska börsmyndigheten SEC (Securities and Exchange Commission).

Tillämpning av FAS 106 och FAS 109

The Financial Accounting Standards Board (FASB) i USA antog 1990 Financial Accounting Standard No. 106 (FAS 106), som behandlar redovisningen av övriga förmåner efter pensionering, sk "post employment benefits". Regeln innebär att förmåner ska kostnadsföras av företaget under den tid de intjänas av den anställde i stället för att som tidigare kostnadsföras enligt kontantmetoden, dvs när de betalas ut.

Electrolux införde FAS 106 från första kvartalet 1993. Från samma tidpunkt infördes även FAS 109, som är en ny anvisning för skatteredovisning. FAS 109 innebär bl a att latent skattefordringar och skulder beräknas till aktuell skattesats och inte som tidigare till den skattesats som gällde då fordran/skulden uppkom.

Övergången till de nya reglerna har skett i enlighet med anvisningarna från International Accounting Standards Committee (IASC) gällande byte av redovisningsprincip och innebar en nedskrivning av det ingående egna kapitalet med 924 Mkr. Se not 9 sid 46.

Uppgifter enligt US GAAP	1993	1992
Beräknad nettovinst före införandet av FAS 106 och FAS 109, Mkr	524	190
Beräknad nettovinst efter införandet av ovan nämnda redovisningsprinciper, Mkr	374	–
Beräknad nettovinst per aktie före införandet av FAS 106 och FAS 109, kr	7:20	2:60
Beräknad nettovinst per aktie efter införandet av ovan nämnda redovisningsprinciper, kr	5:10	–
Beräknat eget kapital, Mkr	14.989	14.236
Totala tillgångar, Mkr	79.700	73.882
Skuldsättningsgrad, %*	65	60

* Långfristiga skulder i förhållande till långfristiga skulder plus eget kapital.

Koncernens finansverksamhet

Electrolux finansverksamhet omfattar funktionerna Finans och Risk Management. Finansfunktionen är en separat produktlinje med i huvudsak tre verksamhetsområden – upplåning för finansiering av koncernens operativa verksamhet, likviditets- och skuldförvaltning samt säljstödande finansiering. Totalt ingår mer än trettio bolag.

På koncernens viktigaste marknader i Västeuropa samt i Nordamerika finns 14 lokala finanscentra. Samordningen av den kortfristiga verksamheten inom dessa sk internbanker flyttades under året från Zürich till Stockholm. Den långfristiga finansieringen och koncernens totala finansiella riskexponering hanteras liksom tidigare från Stockholm.

En aktiv likviditetsförvaltning och en omfattande valutahandel bedrivs framför allt i Sverige och Italien.

Som stöd till koncernens operativa enheter drivs också leasing- och rentalverksamheter, factoring gentemot kunder och leverantörer samt olika typer av finansiering för återförsäljare. Denna del av verksamheten visade under året en fortsatt god tillväxt.

Inom funktionen Risk Management samordnas koncernens skydd mot olika riskexponeringar. Här ingår flera egna försäkringsbolag, ett i Sverige och ett i USA, som båda har koncession för direkt- och återförsäkring, ett i Luxemburg som är helt inriktat på återförsäkringsverksamhet samt ett bolag på Irland som är inriktat på direktförsäkring inom EU.

Låneaktiviteter under året

Under året gjordes ett antal låneemissioner både på den svenska och den internationella kapitalmarknaden. Bland annat etablerades ett sk MTN-program i Sverige på SEK 2.000 Mkr, varav 400 Mkr utnyttjades. Genom ett tidigare etablerat MTN-program på Euromarknaden upplånades USD 300 miljoner. Vidare gjordes en USD 130 miljoner private placement i trancher om 5 och 7 år. Ett under föregående år etablerat certifikatprogram i Tyskland utökades från DEM 100 miljoner till DEM 300 miljoner.

Liksom tidigare år användes sk swap-transaktioner och optioner för att uppnå önskad balans mellan fasta och rörliga räntor samt för omvandling till annan valuta.

Under året gjordes betydande vinster på valuta- och räntehandel. Resultatet för verksamheten inom leasing, factoring och återförsäljarfinansiering förbättrades markant.

Balansräkningen nedan visar finansverksamhetens omfattning:

Tillgångar, Mkr	1993	Skulder och eget kapital, Mkr	1993
Likvida medel	6.540	Rörelseskulder	728
Utlåning till koncernbolag	78.671	Upplåning från koncernbolag	55.965
Kortfristiga fordringar	2.732	Kortfristiga lån	10.949
Långfristiga fordringar	394	Långfristiga lån	17.604
Övriga anläggningstillgångar	1.083	Eget kapital	4.174
Summa tillgångar	89.420	Summa skulder och eget kapital	89.420

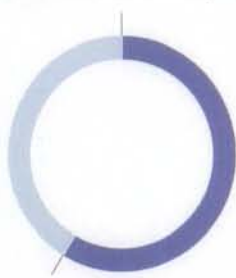
Hushållsprodukter

Marknaden för vitvaror i Europa sjönk något i volym, medan den nordamerikanska marknaden visade en uppgång inom såväl vitvaror som övriga produktområden.

Affärsområdets rörelseresultat var oförändrat jämfört med föregående år trots betydande struktur- och engångskostnader inom vitvaror. Samtliga verksamheter utom vitvaror visade förbättrade rörelseresultat.

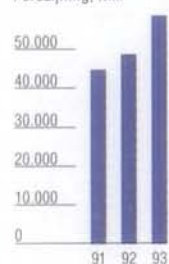
I början av året lanserades en ny generation helt CFC-fria kyl- och frysskåp i Europa. Electrolux var därmed först på marknaden med ett komplett sortiment av CFC-fria kylprodukter.

Andel av koncernens totala försäljning 58,8%

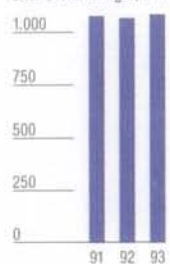


	Mkr	%
Vitvaror	40.986	69
Dammsugare	6.897	12
Fritidsprodukter	2.675	5
Kompressorer	2.289	4
Luftkonditionering	2.180	4
Köks- och badrumssnickerier	1.757	3
Symaskiner	784	1
Övrigt	1.320	2
	58.888	100

Försäljning, Mkr



Rörelseresultat efter avskrivningar, Mkr



	1991	1992	1993
Försäljning, Mkr	47.115	48.902	58.888
Rörelseresultat efter avskrivningar, Mkr	1.147	1.073	1.090
Rörelseresultat i % av försäljningen	2,4	2,2	1,9

Vitvaror

Electrolux är en av världens största tillverkare av vitvaror. Koncernen har en marknadsledande ställning i Europa och är genom Frigidaire Company det tredje största vitvaruföretaget i USA.

Cirka 60% av försäljningen kan under 1993 hänföras till Europa, medan Nordamerika svarade för drygt 35%. Större varumärken i Europa är förutom Electrolux och Zanussi bl a Husqvarna, Elektro Helios, Rex, Tricity-Bendix, Arthur Martin, Juno och Corberó. Varumärkena i USA är Frigidaire, White-Westinghouse, Tappan, Kelvinator och Gibson.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen uppgick 1993 till 40.986 Mkr (34.745). Resultatet försämrades jämfört med föregående år och lönsamheten var otillfredsställande. Det lägre resultatet förklaras dels av en försämring under första halvåret på 500 Mkr i Nordamerika och Spanien, dels av betydande reserveringar under fjärde kvartalet för kommande strukturåtgärder.

Resultatnedgången i Nordamerika förklaras av kostnader för introduktionen av nya produkter, åtgärdandet av en felaktig komponent i en diskmaskinsmodell samt en omstrukturering av verksamheten mellan USA och Kanada. Den negativa utvecklingen i Spanien berodde huvudsakligen på det försvagade marknadsläget, som medförde lägre volymer och kostsamma anpassningar av kapaciteten.

Exklusive struktur- och engångskostnader förbättrades produktlinjens resultat i både Europa och Nordamerika.

Marknadsutvecklingen i Europa

Efterfrågan på vitvaror i Europa var något lägre än under föregående år, främst på grund av en kraftig nedgång i Norden och Spanien under första halvåret. Även den tyska marknaden försvagades, medan Storbritannien däremot visade en viss uppgång.

Koncernens marknadsandel var oförändrad jämfört med föregående år.

Den europeiska marknaden för tunga vitvaror beräknas för 1993 till cirka 42 miljoner enheter. Marknaden kännetecknas av en hög mättnadsgrad för de flesta produkter utom diskmaskiner och torktumlare. Efterfrågan har under senare år ökat vad gäller mer miljövänliga produkter samt produkter för inbyggnad.

Marknaden i Europa kännetecknas av ett stort antal tillverkare. En konsolidering till färre och mer konkurrenskraftiga enheter pågår dock sedan 1980-talet. Lågkonjunkturen och bildandet av EUs inre marknad har ytterligare påskyndat denna process.

Förhandlingar om förvärv av AEGs vitvaruverksamhet

Electrolux och tyska AEGs vitvarubolag, AEG Hausgeräte, har sedan 1992 haft ett samarbete avseende produktutveckling och tillverkning av toppmatade tvättmaskiner, torktumlare och golvdiskmaskiner. Electrolux äger idag 20% av aktierna i företaget.



1 I februari 1993 lanserade Electrolux som första vitvaruföretag ett komplett sortiment av helt CFC-fria kyl- och frysskåp, som även har en mycket låg energiförbrukning.

2 Ett nytt, komplett sortiment av vitvaror introducerades under året för varumärket Frigidaire i USA.

3 En ny handdammsugare som lanseras i Europa under 1994 tillverkad av italienska dotterbolaget Altatec.

4 Zanussis nya Delta-sortiment har en enkel och användarvänlig utformning av knappar och kontrollpaneler.

5 En gashäll med en elektrisk platta i mitten från Zanussis nya Delta-sortiment.

6 Koncernens golvdiskmaskiner är mycket tystgående och har en minimal förbrukning av energi och vatten. En normaldisk drar endast 10 l vatten och 0,4 kWh el.

7 Frigidaires UltraPower diskmaskin med bästa diskresultat ingår i det nya sortimentet som lanserades under 1993.



Hög prestanda och enkelhet i användningen kännetecknar denna pelarkombination av tvättmaskin och torktumlare ur Zanussis Delta-sortiment.



Electrolux driver tillsammans med SJ ett samägt bolag Nordwaggon, som har moderna järnvägsvagnar för bl a vitvaror. Genom en effektivare styrning av godsflödena har tex transporttiden från Italien till Skandinavien reducerats från cirka 12 till 4 dagar.



Under 1993 lanserades det nya UltraStyle-sortimentet för Frigidaire i USA. Produkterna valdes till "Kitchen of the Year" i den prestigefyllda amerikanska tidningen "Better Homes and Gardens".

I början av december erbjöds Electrolux av AEGs styrelse att förvärva samtliga aktier i AEG Hausgeräte, inklusive rätten att använda varumärket AEG för vitvaror, dammsugare och andra hushållsapparater. Förhandlingarna med AEG beräknas vara slutförda under första kvartalet 1994. Ett eventuellt förvärv förutsätter därefter godkännande enligt EUs fusionskontrollförordning.

Ny pan-europeisk organisation

Under året slutfördes arbetet med att införa en ny pan-europeisk organisation inom produktlinjen. Samtliga tillverkningsenheter har därmed sammanförts i tre internationella produktdivisioner, kalla, varma och våta produkter. Säljbolagen i respektive land har samordnats i en central, europeisk marknadsorganisation. Förändringen har genomförts för att bättre kunna tillvarata stordriftsfördelar i produktutveckling och produktion samt för att få en bättre slagkraft i marknadsföringen.

Bättre transportsystem

En integrerad pan-europeisk verksamhet ställer krav på effektiva transporter. Koncernens strategi är att för långa distanser föra över så mycket gods som möjligt på järnväg både av ekonomiska och miljömässiga skäl. Målsättningen är att uppnå snabbhet, precision och hög frekvens i transporterna samt högsta möjliga samlastning för att minimera kostnaderna.

För att få tillgång till rationella järnvägsvagnar driver Electrolux tillsammans med Statens Järnvägar ett samägt vagnbolag, Nordwaggon AB. Under året gjordes ytterligare investeringar i nya vagnar och Nordwaggon disponerar idag mer än 1.700 moderna godsvagnar. Cirka 250 av dessa är speciellt utformade för transport av bl a vitvaror.

Utvecklingen i USA

Marknaden i USA ökade under året i volym med cirka 6%. Samtliga produktområden utom frysar visade en uppgång. Priskonkurrensen var dock fortsatt hård.

Frigidairens totala marknadsandel minskade något på grund av en lägre försäljning för sk privata brands. Marknadsandelen för de egna varumärkena var dock högre än under föregående år.

Under året fortsatte det långsiktiga arbetet med att förbättra lönsamheten genom bl a produktionaliseringar och en ytterligare effektivisering av fabrikkssystemet. Det operativa resultatet förbättrades successivt under året trots ökade marknadsinvesteringar.

Den amerikanska marknaden

Marknaden i USA för tunga vitvaror, dvs leveranserna från inhemska tillverkare plus import, uppgick 1993 till cirka 30 miljoner enheter. Marknaden kännetecknas av ett fåtal tillverkare, varav de fyra största tillsammans svarar för cirka 80-90% av den totala volymen. Det finns dock ett stort antal varumärken, de flesta med ett komplett produktsortiment. Både tillverknings- och distributionsledet kännetecknas av överkapacitet. Liksom i Europa avser efterfrågan främst ersättningsköp.

Omstruktureringar i Europa och USA

Som en konsekvens av samarbetet med AEG stängdes koncernens fabrik för torktumlare i Tübingen, Tyskland, under första halvåret. Under tredje kvartalet såldes en av två tvättmaskinsfabriker i Spanien. Beslut fattades dessutom om nedläggning av två tillverkningsenheter i Schweiz och Italien under 1994.

I Nordamerika fullföljdes överflyttningen av spistillverkningen från en fabrik i USA till en enhet i Kanada samt av kylskåpstillverkningen i Kanada

till en av koncernens två fabriker inom detta produktområde i USA. Under året genomfördes dessutom betydande neddragningar av total kapacitet och antal anställda vid två av de övriga anläggningarna i USA. Även antalet tjänstemän inom vitvaruverksamheten minskade och har under de två senaste åren sjunkit med cirka 25%.

Under tredje kvartalet såldes Anaheim Manufacturing Company, en verksamhet inom Frigidaire inriktad på tillverkning och försäljning av avfallskvarnar. Företagets årsomsättning uppgick till cirka 200 Mkr.

Nya produktsortiment

I början av året lanserades en ny generation av helt CFC-fria kylskåp, frysar och kyl/frys-kombinationer för den europeiska marknaden. Det ersättningsmedel som används är helt utan klor och har därmed ingen påverkan på ozonlagret. De nya produkterna har dessutom en mycket låg energiåtgång och är konstruerade för att återvinnas.

De nya kyl- och frysskåpen är ett led i koncernens arbete med att kontinuerligt få fram nya produkter med lägsta möjliga miljöpåverkan vad gäller förbrukning av energi, vatten, tvättmedel etc. Målsättningen är att även i detta avseende vara ledande i branschen. Försäljningen av de miljövänliga produkterna, som tagits fram under de senaste åren, ökar successivt.

Under våren introducerades också ett nytt pan-europeiskt sortiment för varumärket Zanussi, som åtföljs av en flerårig marknadsföringskampanj. Som ett viktigt led i utvecklingen av vitvaruverksamheten efter förvärven har koncernen därmed introducerat fyra nya och väl differentierade sortiment för de europeiska varumärkena. Förutsättningar har därmed skapats för en mer enhetlig och konsekvent positionering av dessa mot olika marknadssegment.

Inom den amerikanska verksamheten lanserades ett nytt, komplett sortiment för varumärket Frigidaire samt ett flertal nya produkter under varumärkena Tappan och White-Westinghouse. Frigidaire-sortimentet har en gemensam design och omfattar bl a flera nya kylskåp, spisar och diskmaskiner med väsentligt förbättrade prestanda.

Satsningar på nya marknader

Efter förvärvet 1991 av Ungerns största vitvaruföretag, Lehel, har koncernen startat egna säljbolag för vitvaror i de baltiska staterna, Ryssland, Polen, Tjeckien, Slovakien och Ungern.

Under 1993 fattades beslut om att starta tillverkning av spisar i Estland. Vidare träffades avtal om ett joint venture i Vietnam avseende kylskåp och koncernen blir därmed det första västerländska vitvaruföretaget som startar tillverkning i landet. Under året introducerades också vitvaror under främst varumärket Electrolux på den turkiska marknaden.

Dammsugare

Electrolux är den ledande tillverkaren av dammsugare i världen med en global marknadsandel på cirka 20%. I USA drivs koncernens verksamhet genom dotterbolaget Eureka, som har en andel av den amerikanska marknaden på cirka 20%.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen uppgick 1993 till 6.897 Mkr (5.135), varav den amerikanska verksamheten svarade för cirka 35%. Resultatet förbättrades och lönsamheten var tillfredsställande.

Marknaden i USA visade en betydande uppgång för sk uprights. Eureka uppnådde en ökad försäljning och ett förbättrat resultat.

I Europa var efterfrågan något högre än under föregående år. Koncernen hade en god volymutveckling och stärkte sin marknadsandel.

AEG Hausgeräte

AEG-koncernen grundades 1887 som Allgemeine Electricitäts-Gesellschaft i Berlin. Elkraftgenererande produkter som turbiner och generatorer kompletterades tidigt med hushållsapparater. I en katalog från 1896 visades bl a kaffemaskiner och äggkokare.

Den första elektriska ugnen introducerades 1910 och produktionen av dammsugare startade 1920. Tillverkningen av kylskåp började i slutet av 1920-talet. Den helautomatiska tvättmaskinen "Lavamat" lanserades 1958 och blev den första maskinen som var tillåten att installeras i tyska lägenheter. Tvättmaskiner har sedan dess varit en av AEGs viktigaste produkter.

AEG-koncernen expanderade kraftigt genom förvärv fram till 1980-talets början. Koncernen förvärvades 1988 av Daimler-Benz, som äger 80% av aktierna. AEG har idag fem verksamhetsområden – automatisering, elektroteknik, tågssystem, mikroteknik och hushållsprodukter. Hushållsprodukterna, dvs AEG Hausgeräte, svarar för cirka 20% av koncernens omsättning.

AEG Hausgeräte hade 1993 en omsättning på DEM 2,6 miljarder och cirka 9.000 anställda. Företaget är etablerat med egna bolag i de flesta västeuropeiska länder.

Tillverkningen sker vid tre fabriker i Tyskland. I Nürnberg, där även huvudkontoret ligger, tillverkas tvättmaskiner, diskmaskiner och torktumlare. Vid en fabrik i Rothenburg produceras spisar, hållar, ugnar, fläktar och dammsugare och vid en enhet i Kassel kylskåp, kombiskåp och frysskåp.

Varumärket AEG har vad gäller vitvaror en stark position på flera marknader i Europa, huvudsakligen i de övre prissegmenten. Marknadsandelen i Tyskland är 14%. AEGs vitvaror kännetecknas av en hög innovationsgrad och företaget hör till de ledande inom miljöområdet.



AEG Hausgeräte har framför allt en stark position inom sk inbygg-nadsprodukter för de övre prissegmenten. Bilden visar en ugn med bl a integrerad mikrovågskfunktion och pyrolytisk rening.



X8 är en prisvärd, superkompakt dammsugare med god sugkraft och bra filtrering av den utblåsta luften. Den introduceras under 1994 på den europeiska marknaden.



Koncernens amerikanska dotterbolag Eureka har utvecklat en ny generation av s k uprights med automatisk omställning för olika typer av städning samt väsentligt bättre luftfiltrering.

Den positiva utvecklingen under året i både Europa och USA har framför allt kunnat uppnås tack vare de senaste årens satsningar på nya och kompletta produktsortiment.

Marknaden

Marknaden för dammsugare uppskattas i Europa för 1993 till cirka 14 miljoner enheter och i USA till cirka 13 miljoner enheter. Efterfrågan i västvärlden är relativt stabil vad gäller traditionella dammsugare. Den amerikanska marknaden domineras alltså av s k uprights med inbyggt mattmunstycke. Marknaden kännetecknas generellt av en mycket hård priskonkurrens i både tillverknings- och distributionsledet.

Koncernens viktigaste marknader är i storleksordning USA, Storbritannien, Frankrike, Norden, Tyskland, Italien, Australien, Schweiz och Japan.

Varumärken och tillverkning

De viktigaste varumärkena är Electrolux, Eureka, Tornado, Progress, Volta och Alfatec. Försäljningen sker främst genom detalj- och fackhandel. Direktförsäljningen, som numera sker under varumärket Lux, svarar för knappt 10% av det totala antalet sålda enheter.

Produktlinjens tillverkning sker huvudsakligen i USA, Storbritannien, Sverige och Italien. Mindre fabriker finns också i Sydamerika och Australien.

Fritidsprodukter

Electrolux är den ledande tillverkaren i världen av absorptionskylskåp för bla husvagnar och hotellrum samt för möbelinbyggnad och medicinskt bruk.

I sortimentet ingår också andra produkter för fritidsfordon, tex markiser och utrustning för luftkonditionering. Den största marknaden är Nordamerika där produkterna främst säljs genom dotterbolaget Dometic.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen uppgick 1993 till 2.675 Mkr (2.159). Resultatet och lönsamheten förbättrades.

Efterfrågan på kylskåp och annan utrustning för husvagnar ökade under året på den nordamerikanska marknaden. Dometic hade en god försäljningsutveckling, vilket tillsammans med genomförda kostnadsnedskärningar och strukturåtgärder medförde ett förbättrat resultat. Försäljningsutvecklingen var också positiv i Asien.

Efterfrågan i Europa var däremot fortsatt svag och koncernens volymer var lägre än under föregående år.

Viktigaste marknader och tillverkning

Förutom USA och Kanada är de viktigaste marknaderna Tyskland, Frankrike, Storbritannien och Asien.

Huvuddelen av tillverkningen bedrivs i Sverige, Tyskland, USA och Ungern.

Luftkonditionering

Koncernens verksamhet inom luftkonditionering är koncentrerad till Frigidaire Company i USA och omfattar fönstermonterade apparater. Marknadsandelen i USA uppgår till cirka 20%.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen ökade 1993 till 2.180 Mkr (1.567). Resultatet förbättrades men lönsamheten var fortfarande otillfredsstillande.

Efterfrågan på utrustning för luftkonditionering i USA ökade jämfört med föregående år och produktlinjen uppnådde en högre försäljnings-

volym. Förbättringen av resultatet kan dock till största delen hänföras till kostnadsänkningar på produkterna samt genomförda rationaliseringar av verksamheten.

Marknaden

Den amerikanska marknaden för den typ av utrustning som Frigidaire tillverkar uppgick under 1993 till cirka 2,8 miljoner enheter. Marknaden kännetecknas av ett fåtal inhemska tillverkare samt en hög importandel från bl a Sydostasien.

Frigidaire varumärken är White-Westinghouse, Frigidaire och Gibson. Tillverkning sker även för sk privata brands. Produktionen är lokaliserad till Edison, New Jersey.

Köks- och badrumssnickerier

Koncernens verksamhet inom köks- och badrumssnickerier bedrivs dels genom White Consolidated i USA, dels genom Ballingslöv i Sverige. Den amerikanska verksamheten, som hittills bestått av fyra självständiga divisioner, koncentrerades i början av 1994 till ett bolag och byter samtidigt namn till Schrock Cabinet Company.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen uppgick 1993 till 1.757 Mkr (1.335), varav den amerikanska verksamheten svarade för knappt 80%. Resultatet förbättrades men lönsamheten var otillfredsställande.

Marknaden i USA visade en uppgång jämfört med föregående år. En ökad försäljningsvolym samt genomförda rationaliseringar medförde en väsentlig resultatförbättring för den amerikanska verksamheten, dock från en låg nivå.

Även Ballingslöv uppnådde ett ökat resultat trots en betydligt lägre efterfrågan i de skandinaviska länderna.

Marknaden

Både den amerikanska och den nordiska marknaden är starkt fragmenterade. Koncernen är en av de större tillverkarna i USA där varumärkena är Schrock, Kemper och Diamond för standardprodukter samt Quaker Maid för sk kundbeställda produkter. Huvuddelen av tillverkningen avser köks- snickerier. Ballingslöv är en av de större tillverkarna i Norden.

Symaskiner

Verksamheten är främst inriktad på tillverkning av tekniskt avancerade symaskiner för de övre prissegmenten. Koncernen har här en andel av världsmarknaden på cirka 20%. Produktsortimentet omfattar även inköpta lägre specificerade maskiner. De viktigaste varumärkena är Husqvarna och Lux samt Viking och White i USA.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen uppgick 1993 till 784 Mkr (631). Resultatet visade en markant förbättring och lönsamheten var mycket god.

Efterfrågan på symaskiner minskade under året i de nordiska länderna och i centrala Europa. Produktlinjen hade en god försäljningsutveckling och stärkte sin marknadsandel.

Betydande satsningar har gjorts under de senaste åren på att utveckla ett nytt produktprogram, vilket tillsammans med en väsentligt förbättrad produktivitet i tillverkningen bidrog till den positiva utvecklingen under året.

Marknaden

Världsmarknaden för elektriska hushållsymaskiner uppskattas totalt till cirka 5 miljoner enheter, varav cirka 3 miljoner kan hänföras till marknader



Ballingslöv är en av de större tillverkarna av köks- och badrumssnickerier i Norden. Bilden visar en köksinredning modell Carisma i körsbärsträ.



Husqvarna har under de senaste åren utvecklat en ny generation prisvärda och lättskötta symaskiner. Den senaste modellen, Husqvarna 500, syr bl a helt automatiskt tre olika typer av knapphål.



Leonello Verduzio, chef för produktlinje kompressorer, signerar här en överenskommelse om överföring av teknologi för tillverkning av CFC-fria kompressorer till koncernens joint venture i Kina.

där koncernen bedriver verksamhet. Huvuddelen av volymen utgörs av lägre specificerade produkter från Fjärran Östern och Sydamerika, som distribueras genom varuhus och postorder. Husqvarna är en av de fem största tillverkarna vad gäller tekniskt avancerade maskiner. Konkurrensen kommer främst från företag i Japan, Taiwan, Tyskland och Schweiz.

Produktlinjens försäljning sker huvudsakligen genom fackhandel. Marknadspositionen är framför allt stark i Norden och USA. Tillverkning och produktutveckling är koncentrerad till Huskvarna.

Kompressorer

Electrolux är marknadsledande inom kompressorer för kylskåp i både Europa och USA. Koncernen är totalt ett av de tre största företagen i världen inom detta produktområde.

Verksamheten drivs genom Zanussi Elettromeccanica i Italien, Unidad Hermética i Spanien, Verdichter i Österrike, Americold i USA samt ett sk joint venture i Kina.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen till externa kunder ökade 1993 till 2.289 Mkr (2.081). Den totala omsättningen, inklusive interna leveranser, var 4.341 Mkr (3.732). Resultatet visade en markant förbättring och lönsamheten var fortsatt god.

Produktlinjen hade en god volymutveckling på de flesta marknader. En väsentligt ökad försäljning uppnåddes i bl a Östeuropa och Afrika. Koncernen stärkte sin marknadsposition.

Under året uppnåddes full produktionsvolym av kompressorer med det nya kylmedlet R134a. Tillverkning startades också inom det joint venture i Kina, som bildades med en lokal partner under föregående år. Produktionen i den kinesiska fabriken uppgick till 630.000 enheter.

Tillverkning och viktigaste marknader

Tillverkningen sker i Italien, Österrike, Spanien, USA och Kina. De viktigaste marknaderna är Tyskland, Italien och USA.

Direktförsäljning

Koncernens direktförsäljning bedrivs sedan 1992 genom en separat företagsgrupp med namnet LUX. Produktprogrammet omfattar främst högkvalitativa dammsugare, golvbonare och vattenrenare, som huvudsakligen tillverkas inom koncernen. LUX är representerat i trettiofem länder och antalet anställda är drygt 16.000.

Försäljningen uppgick 1993 till 3.091 Mkr (2.723). Under året avyttrades det franska dotterbolaget, vilket tillsammans med en fokusering på den ursprungliga affärsidén medförde ett väsentligt förbättrat resultat.



Direktförsäljningen av dammsugare och andra produkter sker numera under varumärket LUX.

Kommersiell utrustning

Efterfrågan på kommersiell utrustning var fortsatt svag på de flesta marknaderna i Europa, bl a till följd av låga offentliga investeringar och en svag byggaktivitet. En viss uppgång noterades däremot på den amerikanska marknaden.

Samtliga produktlinjer utom storköksutrustning visade förbättrade resultat. Affärsområdets lönsamhet var högre än under föregående år.

Storköksutrustning

Koncernen är marknadsledande inom storköksutrustning i Europa och den näst största tillverkaren i världen. Marknadspositionen är också stark inom dryckesautomater och bageriutrustning. De viktigaste varumärkena är Zanussi, Electrolux, Therma, Juno och Dito Sama.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen uppgick 1993 till 5.191 Mkr (4.805). Resultatet försämrades och lönsamheten var otillfredsställande.

Marknaden för storköksutrustning i Europa visade en väsentlig nedgång och koncernens försäljningsvolym var lägre än under föregående år. Pris-konkurrensen var fortsatt hård. Koncernen stärkte dock sin marknadsposition.

Under året togs betydande kostnader för strukturella förändringar inom produktlinjen. En förbättring av resultatet uppnåddes under både tredje och fjärde kvartalet jämfört med samma kvartal 1992.

De genomförda åtgärderna är ett led i ett program inriktat på en strukturering och specialisering av tillverkningen samt en samordning av bl a produktutveckling och marknadsföring mellan de olika enheterna.

Marknaden

Den europeiska marknaden för professionell köksutrustning utgör ungefär en fjärdedel av världsmarknaden. Efterfrågan i Europa har sjunkit markant under de senaste tre åren. Världsmarknaden kännetecknas av några få stora och internationellt verksamma företag samt ett stort antal små lokala tillverkare.

Koncernens produkter marknadsförs både i form av enhetsförsäljning och projekt. Projektförsäljningen omfattar allt från idé och projektering till installation, service och utbildning.

Viktigaste marknader och tillverkning

De viktigaste marknaderna är Italien, Sverige, Spanien, Frankrike, Tyskland och Storbritannien. Tillverkningen sker huvudsakligen i Italien, Sverige, Tyskland, Frankrike och Schweiz.

Industriell tvättutrustning

Electrolux-Wascator är ledande i världen inom lättare tvättutrustning för fastighetstvättstugor, myntbarer, hotell och institutioner. Produktsortimentet omfattar även tyngre utrustning för industriella tvätterier samt produkter för färgning och textilbehandling.

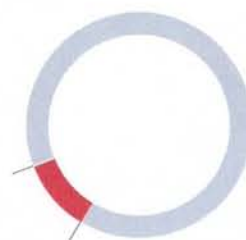
Försäljning och lönsamhet

Försäljningen ökade 1993 till 2.575 Mkr (2.051). Resultatet förbättrades och lönsamheten var fortsatt god.

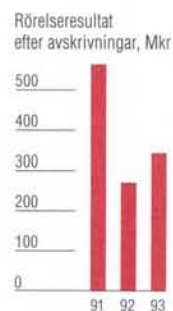
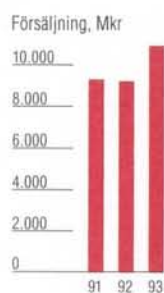
Efterfrågan i Europa sjönk under året för både lättare och tyngre utrustning. Den amerikanska marknaden visade däremot en viss uppgång.

Ökade leveranser till både USA och Fjärran Östern kompenserade en lägre försäljning i Europa och produktlinjens volym var totalt sett oförändrad jämfört med föregående år.

Andel av koncernens totala försäljning 10,5%



	Mkr	%
Storköksutrustning	5.191	49
Industriell tvättutrustning	2.575	25
Kommersiell kylutrustning	1.817	17
Kommersiell städutrustning	948	9
	10.531	100



	1991	1992	1993
Försäljning, Mkr	8.971	8.898	10.531
Rörelseresultat efter avskrivningar, Mkr	565	272	345
Rörelseresultat i % av försäljningen	6,3	3,1	3,3



WE55 MP är en ny högcentrifugerande tvättmaskin från Electrolux-Wascator, som belönats med NUTEKs energipris. Maskinen har ett automatiskt viktmätningssystem, som innebär att en mikroprocessor känner av mängden tvätt och anpassar vattenåtgången individuellt i varje tvättprogram.



De nya kyl- och frysskåpen har ett förbättrat transportsystem för flyttning av maten mellan kyl, ugn och värmeskap.

Resultatet förbättrades tack vare ökade exportintäkter från den svenska verksamheten samt genomförda interna åtgärder som medfört en högre produktivitet.

De senaste årens lanseringar av bättre miljöanpassade produkter med lägre förbrukning av energi, vatten och kemikalier har bidragit till en successiv förstärkning av produktlinjens marknadsandel.

Marknaden

Den totala världsmarknaden för både lättare och tyngre industriell tvättutrustning sjönk något och uppskattas för 1993 till knappt 10 miljarder kronor. USA svarar för ungefär hälften. Marknaden är stagnerande.

Koncernen har en stark ställning i framför allt Norden, USA, Storbritannien, Frankrike, Italien, Tyskland och Japan.

Tillverkning och varumärken

Av den lättare utrustningen för t ex myntbarer och fastighetstvättstugor tillverkas tvättmaskinerna i Sverige, torktumlarna i Danmark, centrifugerna i Finland och manglarna i Frankrike. Dessutom finns en enhet för sammansättning av tvättmaskiner i USA. Utrustning för större anläggningstvätter tillverkas i USA, Tyskland och Frankrike.

De viktigaste varumärkena är Electrolux-Wascator, Wascomat, Osby, Nyborg och Zanussi samt Washex, Senking och Dubix-de Souza inom det tyngre sortimentet.

Kommersiell kylutrustning

Electrolux är en av de större tillverkarna i Europa av kyl- och frysutrustning för livsmedelsbutiker.

I produktlinjen ingår också Frigidaire Commercial Products Company, en mindre verksamhet inom White Consolidated i USA.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen ökade 1993 till 1.817 Mkr (1.277). Lönsamheten förbättrades och var tillfredsställande.

Produktlinjens försäljning ökade under året i Tyskland, Nederländerna och Storbritannien och resultatet för den europeiska verksamheten visade en betydande förbättring. En högre försäljningsvolym och ett ökat resultat uppnåddes också i USA.

De senaste årens investeringar i tillverkningen och satsningar på nya produkter har tillsammans med genomförda omstruktureringar stärkt produktlinjens konkurrenskraft.

Integreringen av det nyförvärvade finska företaget UPOREF slutfördes planenligt under året.

Marknaden

Marknaden i Europa domineras av fem stora, internationellt verksamma företag. I varje land finns dessutom ett flertal lokala tillverkare som ofta är specialiserade på ett visst produktsortiment. Detaljhandeln kännetecknas av en koncentration till större kedjor, som blir alltmer internationella.

Produktlinjens marknadsposition är stark i framför allt Norden, Tyskland och Nederländerna.

Varumärken och tillverkning

Varumärkena i Europa är Electrolux och UPO. Frigidaires varumärken är Kelvinator Commercial för glassmarknaden, Universal Nolin för mindre dagligvarubutiker samt Kelvinator Scientific för sjukhus och andra institutionella användare.



1



2



3



4



6



5

- 1 Electrolux CR erbjuder ett brett sortiment av kyl- och frysdiskar för livsmedelsbutiker.
- 2 Gasspisarna har brännare av olika storlek för varierad värmeeffekt.
- 3 Koncernen har ett modernt sortiment av energisnåla, modellbyggda restaurangspisar, som kan kombineras efter kundens önskemål.
- 4 Promix är en unik blandnings- och kokgryta, som finns i olika storlekar från 50–300 l.
- 5 Euroclean lanserar under 1994 ett nytt sortiment av sk kombimaskiner, som används för rengöring av stora golvytor.
- 6 Under 1994 introduceras en ny serie rostfria kyl- och frysskåp med CFC-fri isolering.



Genom förvärvet av det italienska företaget Pulimat under föregående år har koncernen idag ett modernt sortiment av högkvalitativa, egentillverkade städmaskiner för den europeiska marknaden. Bilden visar den största modellen av åkbar sopmaskin.

Tillverkningen bedrivs i Sverige, Tyskland, Finland, Nederländerna, Ungern och USA.

Kommersiell städutrustning

Produktsortimentet omfattar framför allt kommersiella damm- och våtsugare, där koncernen hör till de större tillverkarna på världsmarknaden. Dessutom ingår skur- och polermaskiner, aggregat för rengöring av mattor samt städkemikalier för lokalvård. De viktigaste varumärkena är Electrolux Euroclean, Kent och Lux Professional.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen uppgick 1993 till 948 Mkr (765). Resultatet förbättrades men lönsamheten var ännu inte tillfredsställande.

Efterfrågan i Norden sjönk jämfört med föregående år. Produktlinjens försäljning ökade dock genom ett mindre förvärv på den svenska marknaden. Försäljningsutvecklingen var också positiv i USA och Asien.

Resultatökningen kan framför allt hänföras till USA. En förbättring noterades även i Japan tack vare en omorganisation av verksamheten. Betydande rationaliseringar genomfördes under året inom den svenska verksamheten.

Marknaden

Världsmarknaden för kommersiell städutrustning kännetecknas av ett tiotal större och internationellt verksamma företag med ett brett produktsortiment. Utöver dessa finns ett stort antal mindre, lokala företag som ofta är inriktade på en eller ett fåtal produkter. Efterfrågan är relativt konstant vad gäller traditionell städutrustning. En förändring sker dock i kundstrukturen genom att professionella städbolag svarar för en allt större del av den totala städvolymen.

Koncernen har en stark ställning i de nordiska länderna. De viktigaste marknaderna är därefter USA och Asien. Tillverkningen sker huvudsakligen i Sverige, USA och Italien.

Utomhusprodukter

En ökad försäljning av framför allt motorsågar samt högre marginaler till följd av den försvagade svenska kronan, medförde ett markant förbättrat resultat för Husqvarna. Volym- och resultatutvecklingen var också fortsatt positiv för de amerikanska bolagen och Flymo.

Affärsområdets lönsamhet visade en väsentlig förbättring jämfört med föregående år.

Skogs- och trädgårdsprodukter

Electrolux är den ledande tillverkaren i världen av motorsågar med en global marknadsandel på drygt 30%. Koncernen är också världens största tillverkare av bärbara trädgårdsprodukter som t ex grästrimmare och lövblåsare samt av gräsklippare och trädgårdstraktorer.

Sortimentet av skogsprodukter omfattar förutom motorsågar även utrustning för röjning av skog samt skyddskläder och verktyg för skogsarbete. I affärsområdet ingår även kapmaskiner för bearbetning av betong och liknande material.

Verksamheten drivs genom bolagen Husqvarna och Flymo samt Poulan/Weed Eater och American Yard Products i USA. De amerikanska företagen svarade under 1993 för knappt 60% av affärsområdets omsättning.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen ökade 1993 till 13.515 Mkr (9.216). Resultatet visade en markant förbättring. Lönsamheten var god.

En ökad efterfrågan på motorsågar i framför allt Nordamerika och Östeuropa medförde en väsentligt högre försäljning för Husqvarna. Resultatet visade en markant förbättring tack vare de ökade volymerna samt högre marginaler till följd av försvagningen av den svenska kronan. Husqvarna uppnådde också en ökad försäljning av trädgårdsprodukter, framför allt i Frankrike och Storbritannien.

Den goda marknadsutvecklingen i Nordamerika, som gällde både motorsågar och trädgårdsprodukter, medförde också ökade försäljningsvolymerna för American Yard Products och Poulan/Weed Eater. Båda bolagen visade förbättrade resultat. Koncernens marknadsandel i Nordamerika ökade i de flesta produktsegment.

Inom trädgårdsprodukter i Europa uppnådde Flymo en väsentligt högre försäljning i Storbritannien, främst tack vare lanseringen av en ny utomhusdammsugare kallad Gardenvac. Volymerna ökade också i Frankrike men sjönk i Skandinavien. Flymos resultat förbättrades jämfört med föregående år.

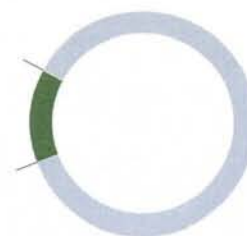
Marknaden

Världsmarknaden för motorsågar ökade under 1993 och uppskattas till 3,5 miljoner enheter, varav USA svarade för knappt hälften. Marknaden för professionella sågar har under många år visat en successiv nedgång till följd av en ökad mekanisering av skogsbruket på de traditionellt viktigaste marknaderna. Denna trend fortsatte under 1993, men kompensterades av högre volymer i USA till följd av det förbättrade konjunkturläget samt en ökad efterfrågan på nya marknader som t ex Östeuropa och Latinamerika.

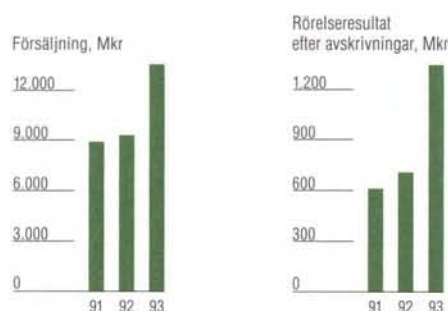
Marknaden domineras av ett fåtal internationella företag. Konkurrensen kommer främst från tyska och amerikanska tillverkare. Marknaden indelas vanligen i tre segment – professionella, semiprofessionella och hobbysågar. Electrolux har en hög marknadsandel i samtliga segment.

Marknaden för trädgårdsprodukter är fortfarande fragmenterad i Europa med ett stort antal företag. I USA skedde däremot en koncentration till ett

Andel av koncernens totala försäljning 13,6%



	Mkr	%
Skogs- och trädgårdsprodukter	13.515	99
Lantbruksredskap	123	1
	13.638	100



	1991	1992	1993
Försäljning, Mkr	8.941	9.333	13.638
Rörelseresultat efter avskrivningar, Mkr	614	710	1.354
Rörelseresultat i % av försäljningen	6,9	7,6	9,9



Husqvarnas batteridrivna gräsklippare, MASTER 43 RC, klipper lyst och är skonsam mot miljön. De två 12-volts batterierna ger en körtid på upp till 1,5 timme per laddning.



Flymos nya avancerade luftkuddeklippare, Turbo Compact 350, har en unik inbyggd gräsuppsamlare. Det så kallade "Power Fill systemet" trycker samman gräset så att uppsamlaren inte behöver tömmas så ofta.

fåtal tillverkare under 1980-talet. Efterfrågan är väderberoende men uppvisar långsiktigt en positiv trend, främst vad gäller handburna, motordrivna redskap samt trädgårdstraktorer. I Europa har även marknaden för eldrivna gräsklippare visat en successiv ökning.

Varumärken

Varumärkena för både skogs- och trädgårdsprodukter är Husqvarna, Jonsered, Partner och Poulan. Varumärken för enbart trädgårdsprodukter är Flymo, Weed Eater, Rally och Paramount. Kapmaskinerna säljs under varumärkena Partner och Husqvarna.

Förutom försäljningen under de egna varumärkena är koncernen den huvudsakliga leverantören av både skogs- och trädgårdsprodukter till den amerikanska varuhuskedjan Sears under varumärket Craftsman.

Viktigaste marknader och tillverkning

Koncernens viktigaste marknader är USA, Kanada, Storbritannien och Norden. Försäljning av skogsprodukter sker dock på alla marknader med skogsavverkning.

Motorsågarna för de professionella segmenten tillverkas huvudsakligen i Sverige och USA, medan hobbysågarna produceras i USA. Trädgårdsprodukterna tillverkas i USA, Storbritannien, Norge och Sverige.

Lantbruksredskap

Verksamheten drivs genom Överums Bruk samt koncernbolag i Danmark, Storbritannien och Finland. Produktprogrammet omfattar plogar, såmaskiner och handelsgödselspridare.

Försäljningen uppgick 1993 till 123 Mkr (117). Efterfrågan på lantbruksredskap var fortsatt svag. Produktlinjens resultat förbättrades dock tack vare genomförda rationaliseringar. Lönsamheten var fortfarande otillfredsställande.

1



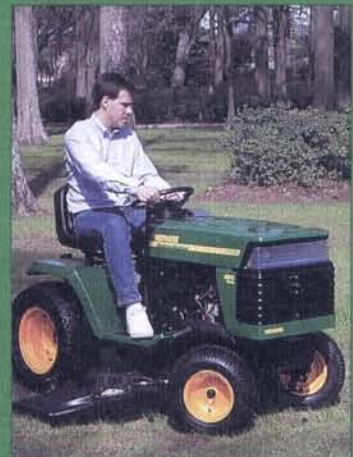
2



3



4



5



6

1 Poulan/Weed Eater är världens största tillverkare av motorsågar för hobbybruk.

2 Flymos batteridrivna trimmare, CT 250, klarar upp till 300 m kantskäring utan uppladdning.

3 Husqvarna är en av världens ledande tillverkare av motorsågar för de professionella och semiprofessionella marknadssegmenten.

4 American Yard Products är marknadsledande i USA inom trädgårdstraktorer. Produkterna säljs under både egna varumärken och så kallade privata labels.

5 Gardenvac är en ny, unik produkt som framgångsrikt lanserades av Flymo under 1993. Den har både blås- och sugfunktion och samlar lätt upp allt skräp i trädgården.

6 Koncernens sortiment av trädgårdsprodukter har under senare år successivt utvidgats med bl.a. häckklippare.

Industriprodukter

Ökade leveranser och bättre resultat för främst primärsältverket och verksamheten inom återvinning, medförde en markant resultatförbättring för Gränges. Trots en minskad bilproduktion i Europa ökade även försäljning och resultat för Electrolux Autoliv, tack vare högre volymer av framför allt krockkuddar. Resultatutvecklingen var däremot fortsatt svag för produktlinje materialhantering.

Affärsområdets rörelseresultat och lönsamhet visade en väsentlig förbättring.

Gränges

Verksamheten omfattar fyra affärsområden – aluminium, återvinning, automotive och distribution. Aluminium är det största området och svarar för cirka 70% av försäljningen.

Ungefär hälften av försäljningen sker utanför Sverige där Storbritannien är den viktigaste marknaden. Kunderna finns framför allt inom byggnads-, verkstads-, fordons- och förpackningsindustrierna.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen ökade 1993 till 7.582 Mkr (6.286). Resultatet visade en markant förbättring, dock från en låg nivå. Lönsamheten var inte tillfredsställande.

De flesta verksamheterna visade förbättrade resultat. Största delen av resultatökningen kan dock hänföras till smältverket i Sundsvall, Sapa Sverige samt Gotthard Nilsson.

Aluminium

Verksamheten omfattar produktion av primär- och sekundäraluminium samt halvfabrikat som strängpressade profiler och valsade tunna band och folie.

Smältverket i Sundsvall framställer primäraluminium och har idag en kapacitet på cirka 100.000 ton. Verket visade ett väsentligt förbättrat resultat, tack vare en ökad produktivitet, prissäkringar samt högre metallpriser i svenska kronor. Resultatet var positivt under andra halvåret.

Produktionen av primäraluminium uppgick till 84.200 ton medan de totala utleveranserna var 87.000 ton, varav 61.000 ton pressgöt och 26.000 ton valsgöt. Verket i Sundsvall svarade under 1993 för cirka 50% av den metall som användes för vidareförädling inom de övriga enheterna. Gränges är således nettoköpare av metall.

Den globala obalansen mellan produktion och förbrukning av primäraluminium förstärktes under året. Lagren hos västvärldens producenter steg kraftigt och lagren hos London Metal Exchange uppgick vid årsskiftet till cirka 2,5 miljoner ton jämfört med cirka 1,5 miljoner ton vid samma tidpunkt föregående år. Det stora utbudet innebar ett fortsatt tryck nedåt på aluminiumpriset. Se diagram sid 34.

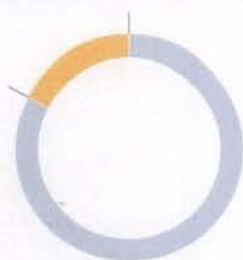
Efter att diskussioner startats om produktionsbegränsningar mellan de stora aluminiumproducerande länderna i världen, inkluderande EU, USA och OSS-staterna, stärktes aluminiumpriset något i slutet av året. En överenskommelse nåddes i slutet av januari 1994, som innebär en sammanlagd neddragning av produktionen vid samtliga smältverk med 1,5–2 miljoner ton.

Strängpressade produkter

Sapa är en av Europas största tillverkare av strängpressade aluminiumprofiler med en årskapacitet på över 100.000 ton. I produktsortimentet ingår också komponenter och färdiga produkter baserade på profiler, främst för byggnadsindustrin. Marknadspositionen är stark i framför allt Skandinavien och Storbritannien.

Efterfrågan på profiler var fortsatt svag. Sapas försäljning och rörelse-

Andel av koncernens totala försäljning 17,1%



	Mkr	%
Gränges	7.582	44
Utrustning för personsäkerhet i bilar	5.504	32
Materialhantering	1.685	10
Industriprodukter – White	1.054	6
Övrigt	1.239	8
	17.064	100



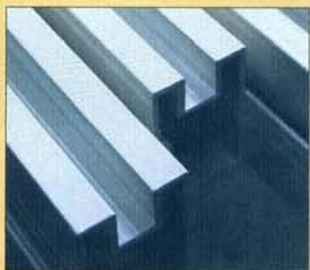
	1991	1992	1993
Försäljning, Mkr	14.000	13.303	17.064
Rörelseresultat efter avskrivningar, Mkr	281	195	476
Rörelseresultat i % av försäljningen	2,0	1,5	2,8



1



2



3



4



5



6

- 1 Gränges dotterbolag Sapa erbjuder kompletta system för tex fasader, tak och överbyggnader i glas.
- 2 Inom Gränges finns en grupp av företag, som tillverkar kvalificerade komponenter till fordonsindustrin. Bilden visar en navkapsel från Plastal.
- 3 Aluminiumprofiler används för olika byggnadsändamål. Sapa är en av de större tillverkarna inom detta område i Europa.
- 4 Krockkudden för föraren är placerad i rattens centrum.
- 5 Autoliv har i samarbete med Volvo utvecklat en sido-krockkudde, som skyddar vid påkörning från sidan. Krockkudden är inbyggd i stolsryggen.
- 6 Aluminiumfolie används ofta i förpackningar tack vare sina goda sk barriäregenskaper och låga vikt.



Aluminium som återvinns kan cirkulera i ett nästan oändligt kretslopp. Vid Finspong Aluminium omsmälts varje år cirka 800 miljoner dryckesburkar, som blir bandämnen för nya burkar.

resultat ökade dock jämfört med föregående år och lönsamheten låg på en fortsatt hög nivå. Lägre leveranser till byggindustrin komparerades av ökade volymer till den svenska exportindustrin. De senaste årens investeringar i moderna pressar har medfört en förbättrad produktivitet och konkurrenskraft.

Under året etablerades ett pressverk i Polen. Dessutom förvärvades ett pressverk och ett lackeringsföretag i Frankrike. Tillverkningen bedrivs i övrigt i Sverige, England, Nederländerna, Tyskland och Danmark.

Valsade produkter

Finspong Aluminium tillverkar främst tunna band för bilkylare och värmväxlare samt bandämnen för dryckesburkar baserade på returburkar och processkrot. Genom Luxembourg Aluminium och Skultuna Folie är Gränges en av de större europeiska tillverkarna av folie för främst förpackningsindustrin.

Efterfrågan på valsade produkter var svag och det rädde en fortsatt obalans mellan efterfrågan och produktionskapacitet med pressade marginaler som följd. Detta gäller särskilt standardprodukter, som tillverkas vid valsverket i Luxemburg. Ökade leveranser av tunna band för bilkylare medförde däremot ett förbättrat resultat för Finspong Aluminium. Utvecklingen var också positiv för verket i Skultuna.

Återvinning

Gotthard Nilsson är Sveriges ledande företag inom främst återvinning av järn- och metallskrot samt produktion av sekundäraluminium. Företaget bedriver också återvinning av returpapper.

Efterfrågan på järnskrot ökade väsentligt och priserna steg snabbt till en hög nivå. Gotthards resultat visade en kraftig förbättring jämfört med föregående år.

Under året invigdes den första mobila anläggningen i Sverige för miljövänlig skrotning av kyl- och frysskåp. Anläggningen drivs av Svensk Freonåtervinning AB som ägs av Gotthards och SKAFAB.

Automotive

Inom Gränges finns en grupp av företag som främst är inriktade på komponenter och komponentsystem till fordonsindustrin. I denna ingår företagen Foral, Plastal och Safeman i Sverige, Novoplastik i Finland, Gränges Techform i Storbritannien samt Zanussi Componenti Plastica i Italien. Produktsortimentet omfattar främst bränsle- och trycktankar, stötfångare, målade plastdetaljer som tex navkapslar och spoilers samt inredningskomponenter till bilar.

En svagare efterfrågan i framför allt Tyskland och Italien medförde fortsatt låga leveranser av komponenter. En viss uppgång noterades dock under andra halvåret i försäljningen till den svenska bilindustrin. Resultatet förbättrades jämfört med föregående år.

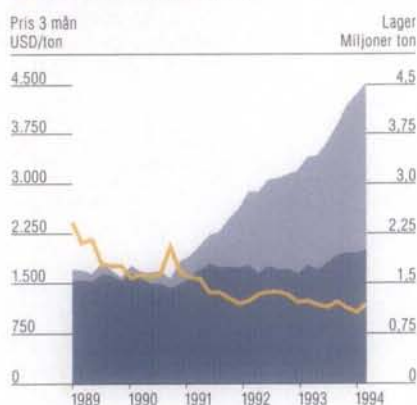
Distributionsgruppen

Gränges bedriver genom distributionsgruppen en metallgrossiströrelse i Sverige, Danmark, Finland, Storbritannien och Frankrike. Produktsortimentet omfattar egna och inköpta halvfabrikat i främst metall och plast. Försäljningen sker i småposter till bl a hantverkare och mindre industrier.

Försäljningen ökade jämfört med föregående år. Resultatet förbättrades för gruppen som helhet, trots en fortsatt svag utveckling i både Sverige och Storbritannien.

Pris på primäraluminium och lagernivå

- Pris på primäraluminium vid LME
- Lager vid LME
- Lager hos västvärldens producenter



Diagrammet visar pris- och lagerutvecklingen för primäraluminium vid London Metal Exchange (LME) och lagren hos västvärldens producenter januari 1989 to m januari 1994.

Utrustning för personsäkerhet i bilar

Electrolux Autoliv är marknadsledande i Europa inom bilbälten och annan utrustning för personsäkerhet i bilar och en av de tre största tillverkarna i världen.

I produktsortimentet ingår även bilstolar och andra säkerhetsprodukter för barn, där Klippan är ett av de ledande företagen i Europa.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen ökade 1993 till 5.504 Mkr (3.676). Resultatet förbättrades och lönsamheten var mycket god.

Förbättringen av resultatet uppnåddes främst tack vare väsentligt ökade volymer av nya produkter som krockkuddar samt försträckare för bilbälten. En fortsatt automatisering av tillverkningen och en effektivare inköpsverksamhet bidrog till den positiva utvecklingen.

Resultatet belastades under året av betydande kostnader för en omstrukturering av verksamheten i Tyskland efter förvärvet av Autoflug GmbH under 1992, samt av höga uppstartningskostnader för en ny fabrik i Nordamerika.

Under året bildades ett joint venture i Turkiet för tillverkning av bilbälten för den expanderande inhemska marknaden. Ett joint venture etablerades också i Frankrike med elektronikföretaget SAGEM för utveckling och tillverkning av elektronik för krockkuddar.

Under 1993 erhöles den första ordern för sido-krockkuddar och serieleveranser beräknas komma igång under första halvåret 1994.

Marknaden

Världsmarknaden för personsäkerhet i bilar uppskattas för 1993 till cirka 40 miljarder kronor. Europa svarar för drygt en fjärdedel. Nya produkter som airbags, sidokollisionsskydd och utrustning för barnsäkerhet kommer att innebära en kraftig tillväxt under de närmaste åren.

Marknaden kännetecknas av ett fåtal stora och internationellt verkssamma företag. En koncentration i tillverkningsledet skedde under 1980-talet till följd av bilindustrins krav på underleverantörer med ett komplett produktsortiment och en global närvaro. Allt större utvecklingskostnader var också en bidragande faktor.

Tillverkning

Autoliv har tillverkning i de flesta bilproducerande länderna i Europa samt i USA, Australien och Nya Zeeland. Autoliv- och Klippanprodukter produceras dessutom av licenstagare i mer än 15 länder. Tillverkning bedrivs också genom sk joint ventures i Japan, Taiwan, Kina, Indien, Mexiko, Sydafrika, Ungern och Turkiet.

Materialhantering

Produktsortimentet omfattar materialhanterings- och lagersystem för industrin samt arkivsystem för kontor. Verksamheten är huvudsakligen koncentrerad till Europa där Electrolux Constructor är en av de större tillverkarna med en stark ställning inom sk kompaktlagersystem.

I produktlinjen ingår också det amerikanska bolaget Richards-Wilcox.

Försäljning och lönsamhet

Försäljningen uppgick 1993 till 1.685 Mkr (1.429). Den amerikanska verksamheten svarade för knappt 20%. Lönsamheten var otillfredsställande.

Marknadsläget försvagades ytterligare i Europa och produktlinjens volymer sjönk jämfört med föregående år. Försäljningen i Fjärran Östern visade däremot en uppgång. En viss volymökning noterades även i USA.



MTH levererar kompletta system för materialhantering med automatiska kranlager, utrustning för transport av gods och tillhörande dataprogram.

Arbetet med att koncentrera verksamheten till färre administrativa enheter förtgick planenligt och medförde successivt ett förbättrat kostnads- läge och resultat.

Marknaden

Marknaden för materialhantering kännetecknas av några få större och internationellt verksamma företag. Därutöver finns ett stort antal regionala eller lokala tillverkare, som ofta är specialiserade på en eller ett fåtal pro- dukter. Tillväxten i marknaden ligger inom sk automatiska system.

Viktigaste marknader och tillverkning

Produktlinjens viktigaste marknader är Skandinavien, Tyskland, USA, Nederländerna, Storbritannien, Belgien och Schweiz.

Tillverkningen sker i Sverige, Tyskland, Nederländerna, Schweiz och USA.

Gränges Metalock

Företaget är huvudsakligen inriktat på service till den tyngre industrin och utför reparationer, underhåll, montage och maskininstallationer. Dessutom sker tillverkning av maskindetaljer och stålkonstruktioner.

Verksamheten bedrivs vid flera verkstäder i Sverige samt i Danmark, Tyskland och Storbritannien. Företaget har även en mobil verksamhet som utför arbeten på plats hos kunden.

Försäljningen uppgick 1993 till 278 Mkr (256). Resultatet förbättrades tack vare interna kostnadsnedskärningar. Lönsamheten var tillfredsställande.

Godsskydd

Produktlinjen, som tidigare ingick i affärsområdet Kommersiell service, är huvudsakligen inriktad på uthyrning och försäljning av system för väder- skydd, bl a presenningar och lagerhallar. Kunderna återfinns framför allt inom byggnads- och transportindustrin.

Verksamheten drivs genom Jonsereds Godsskydd i Sverige samt genom bolag i Danmark, Finland, Tyskland och Storbritannien.

Försäljningen uppgick 1993 till 255 Mkr (248). Resultatutvecklingen var fortsatt svag till följd av en lägre volym på den tyska marknaden samt avvecklingskostnader för ett bolag i Frankrike. Lönsamheten var otillfreds- ställande.

Verksamheten har under de senaste två åren genomgått en omfattande omstrukturering och inriktas alltmer mot produkter och tjänster inom miljöområdet.

Industriprodukter inom White Consolidated

I White Consolidated i USA ingår två industriverksamheter inriktade på tillverkning av utrustning för asfaltering av vägar respektive ventiler till bl a kraftindustrin och försvaret.

Asfalteringsmaskinerna tillverkas av Blaw-Knox vid en fabrik i USA och en i Storbritannien. Försäljningen ökade 1993 till 680 Mkr (437) tack vare ökade volymer i USA.

Verksamheten inom industriventiler drivs genom Copes-Vulcan med tillverkning i USA och Storbritannien. Försäljningen uppgick 1993 till 374 Mkr (299).



Jonsereds nya koncept "Torra byggen" håller byggmaterialet torrt från leverans till färdigt bygge och bidrar till en förbättrad produk- tivitet och kvalitet i byggprocessen. Det viktigaste är täckningen av taket som sker med ett nytt väderskydd som löper på räls.

Koncernens resultaträkning

(Mkr)	1993	1992
Rörelsens intäkter och kostnader		
	100.121	80.436
(Not 1) Fakturerad försäljning		
	- 92.594	- 74.722
(Not 1) Rörelsens kostnader		
	- 10	5
Resultatandel i intressebolag		
Rörelseresultat före avskrivningar	7.517	5.719
Planenliga avskrivningar		
(Not 7) Goodwill	- 345	- 274
(Not 7) Maskiner, inventarier, verktyg	- 3.484	- 2.844
(Not 7) Byggnader, hyresrätter, patent m m	- 409	- 344
(Not 7) Markanläggningar	- 14	- 7
	- 4.252	- 3.469
Rörelseresultat efter avskrivningar	3.265	2.250
Finansiella intäkter och kostnader		
	31	33
Utdelning på aktier och andelar		
	1.360	1.456
Ränteintäkter		
	- 3.382	- 2.962
Räntekostnader		
	275	281
Kursdifferenser på ut- och upplåning, netto		
(Not 2) Övriga finansiella intäkter och kostnader	21	- 42
	- 1.695	- 1.234
Resultat efter finansiella intäkter och kostnader	1.570	1.016
Minoritetens andel i resultat före skatt	- 79	- 87
Resultat före skatt	1.491	929
(Not 3) Skatt	- 932	- 775
Minoritetens andel i skatt	25	29
	- 907	- 746
Nettovinst	584	183
(Not 4) Vinst per aktie efter full skatt, kr	8:00	2:50

Koncernens balansräkning

TILLGÅNGAR (Mkr)		1993-12-31	1992-12-31		
Omsättningstillgångar					
	Kassa och bank	2.415		1.980	
	Aktier och andelar	5		—	
	Obligationer och andra värdepapper	5.937	8.357	6.116	8.096
	Växelfordringar	1.553		1.441	
	Kundfordringar	16.969		15.068	
	Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	1.539		1.277	
	Övriga fordringar	2.408	22.469	2.393	20.179
(Not 5)	Varulager		16.698		15.883
	Förskott till leverantörer		146		93
Summa omsättningstillgångar			47.670		44.251
Spärrkonton för investeringsfonder etc			17		32
Anläggningstillgångar					
(Not 6)	Kapitalandel i intressebolag	389		266	
(Not 6)	Aktier och andelar	731		552	
	Obligationer och andra värdepapper	208	1.328	597	1.415
	Växelfordringar	12		23	
	Latenta skattefordringar	455		—	
	Långfristiga fordringar	518	985	376	399
(Not 7)	Hysesrätter, patent m m	185		207	
(Not 7)	Goodwill	5.108		4.443	
(Not 7)	Förskott till leverantörer	142		158	
(Not 7)	Pågående nyanläggningar	736		704	
(Not 7)	Maskiner, inventarier och verktyg	13.942		12.985	
(Not 7)	Byggnader	6.293		5.816	
(Not 7)	Mark och markanläggningar	1.241	27.647	1.208	25.521
Summa anläggningstillgångar			29.960		27.335
SUMMA TILLGÅNGAR			77.647		71.618
(Not 8)	Ställda pantar		1.882		2.118

SKULDER OCH EGET KAPITAL (Mkr)	1993-12-31		1992-12-31	
Kortfristiga skulder				
Växelskulder	896		845	
Leverantörsskulder	8.590		7.436	
Skatteskulder	688		624	
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	7.992		6.770	
Övriga kortfristiga skulder	2.670		2.028	
Förskott från kunder	506	21.342	532	18.235
Banklån m m		12.602		15.541
Summa kortfristiga skulder		33.944		33.776
Långfristiga skulder				
Obligationslån	9.768		7.004	
Inteckningslån, reverslån etc	10.287	20.055	8.321	15.325
Latenta skatteskulder	-		373	
Andra långfristiga skulder	2.418	2.418	2.425	2.798
Avsatt till pensioner				
PRI-pensioner	1.313		1.947	
Övriga pensioner	2.674	3.987	685	2.632
Summa långfristiga skulder		26.460		20.755
Minoritetsintressen		390		315
Eget kapital				
Bundet eget kapital				
Aktiekapital				
2.000.000 A-aktier à nominellt 25 kr			1.831	
71.233.916 B-aktier à nominellt 25 kr	1.831			
Bundna reserver	9.653	11.484	9.259	11.090
Fritt eget kapital				
Fria reserver	4.785		5.499	
Nettovinst	584	5.369	183	5.682
Summa eget kapital		16.853		16.772
SUMMA SKULDER OCH EGET KAPITAL		77.647		71.618

(Not 9)

(Not 10)

Ansvarsförbindelser 725 891

Koncernens finansieringsanalys

(Mkr)	1993		1992	
Affärsverksamheten				
Nettovinst	584		183	
Planenliga avskrivningar som belastat ovanstående resultat	4.252		3.469	
I rörelseresultatet redovisad realisationsvinst	- 69	4.767	- 64	3.588
Förändring av rörelsens tillgångar och skulder				
Ökning av växel- och kundfordringar	- 58		- 601	
Minskning av varulager	930		1.289	
Ökning av övriga omsättningstillgångar	- 179		- 93	
Ökning av kortfristiga skulder	1.124	1.817	25	620
Likvida medel från affärsverksamheten		6.584		4.208
Investeringar				
Aktier och andelar	- 479		- 113	
Långfristiga växel- och kundfordringar	- 91		71	
Goodwill	- 29		- 106	
Maskiner, byggnader, mark och pågående nyanläggningar	- 3.727		- 3.737	
Övriga anläggningstillgångar	- 311		- 96	
Intäkter från försäljning av anläggningstillgångar	827	- 3.810	369	- 3.612
Likvida medel från affärsverksamheten efter investeringar		2.774		596
Finansiering				
Ökning av långfristiga lån	4.373		1.866	
Minskning/ökning av övriga långfristiga skulder	- 157	4.216	224	2.090
Övrigt				
Effekt av valutakursförändringar	- 3.475		- 5.257	
Lämnad utdelning	- 458		- 915	
Förändring av minoritetens andel	44		13	
Koncernsammansättning	- 258	- 4.147	199	- 5.960
Förändring av nettolikviditet		2.843		- 3.274
Nettolikviditet vid årets början		- 3.118		156
Nettolikviditet vid årets slut		- 275		- 3.118

Kommentarer till koncernens bokslut

Redovisnings- och värderingsprinciper

Allmänt

Följande principförändringar har påverkat 1993 års bokslut:

- Under 1993 har de amerikanska dotterbolagen, till skillnad mot tidigare, skuldfört utlovade förmåner efter pension, s.k. "post employment benefits". Detta har skett i enlighet med den av FASB (Financial Accounting Standards Board) utfärdade FAS 106. I likhet härmed har också vissa gamla pensionsåtaganden i framför allt Tyskland och Sverige skuldförts, vilka tidigare redovisats som ansvarsförbindelser.
- Parallellt med ovanstående har de amerikanska dotterbolagen övergått till de nya principerna för redovisning av skatt enligt FAS 109.

I enlighet med IASC's (International Accounting Standards Committee) regler om redovisning av principförändringar har koncernens ingående egna kapital sammantaget påverkats negativt med 924 Mkr. Av not 9 framgår effekten av dessa principförändringar. Därutöver har principförändringarna påverkat balansposterna goodwill, latent skattefordringar och övriga pensioner.

Nedanstående kommentarer syftar till att underlätta förståelsen av redovisade siffror:

- Från och med 1989 och med justering av jämförelsetalen för 1988 är redovisningen av koncernens skatter anpassad till internationell praxis. Avsättning sker för latent skatter avseende sådana intäkt- och kostnadsposter som berör bokslut och inkomsttaxering under olika tidsperioder (periodiseringsskillnader). Koncernredovisningen innehåller således inga så kallade bokslutsdispositioner i resultaträkningen eller obeskattade reserver i balansräkningen. För de dispositioner som är gjorda i enskilda koncernbolag redovisas i koncernens resultaträkning den på dessa dispositioner belöpande skattekostnaden, beräknad efter en skattesats på 30%, medan resterande del ingår i "nettovinsten". I balansräkningen för koncernen redovisas i konsekvens härmed 30% av de enskilda koncernbolagens obeskattade reserver under rubriken "Latenta skatteskulder" medan resterande del överförs till "Bundet eget kapital". Redovisningen av latent skatter och eget kapital är därmed i överensstämmelse med Redovisningsrådets rekommendation nr. 1.

Beräkningen av nyckeltal liksom vinst per aktie är från och med 1988 anpassad till den nu beskrivna redovisningen av latent skatt. Den gjorda förändringen baserar sig till viss del på den under 1989 föreslagna och nu genomförda skattereformen i Sverige, varför 1987 och tidigare år ej omräknats.

- I syfte att uppnå jämförbarhet i den ekonomiska informationen inom koncernen tillämpar koncernens bolag enhetliga principer för beräkning av inkurans i varulager, reserver avseende osäkra fordringar, reserver för garanti-

åtaganden, avskrivningar på anläggningstillgångar m m, oavsett de lokala skattebestämmelserna. I vissa länder är det tillåtet att göra ytterligare avsättningar vilka, efter avdrag för latent skatt, redovisas som bundet eget kapital.

Koncernredovisning

Definition av koncernbolag

Koncernens bokslut omfattar AB Electrolux och samtliga bolag där moderbolaget vid årsskiftet, direkt eller indirekt, ägde mer än 50% av röstetalet för samtliga aktier och andelar.

Vad avser bolag som tillkommit eller avyttrats under året gäller följande:

- Bolag som förvärvats under året har medtagits i koncernens resultaträkning från och med förvärvsdagen.
- Bolag som avyttrats under året ingår med sitt resultat i koncernens resultaträkning till och med datumet för avyttrandet.

Antalet rörelsedrivande enheter i koncernen uppgick vid årsskiftet till 563 (571). Det totala antalet bolag var vid samma tillfälle 625 (660) stycken.

Större investeringar i intressebolag, där moderbolaget vid årsskiftet, direkt eller indirekt, ägde mellan 20 och 50% av röstetalet, har redovisats enligt kapitalandelsmetoden. Metoden innebär att koncernens andel av intressebolagets nettovinst redovisas såsom en del av koncernens rörelseresultat. Investeringar i intressebolaget upptas till ett värde som motsvarar bolagets egna kapital justerat för eventuella över- och undervärden. Vid beräkning av intressebolagets egna kapital återförs obeskattade reserver till det egna kapitalet efter avsättning till latent skatt.

Mindre investeringar i intressebolag redovisas bland aktier och andelar och upptas till det lägsta av anskaffningskostnad och marknadsvärde.

Metodbeskrivning

Koncernredovisningen är upprättad enligt Redovisningsrådets rekommendation och med tillämpning av förvärvsmetoden. Metoden innebär att från anskaffningsvärdet för aktier i dotterföretag elimineras eget kapital i dotterföretagen vid respektive förvärvstidpunkt. Det egna kapitalet utgörs därvid dels av det beskattade egna kapitalet, dels den del av periodiseringskillnader som återstår efter avdrag för latent skatteskuld. Denna latent skatteskuld redovisas i balansräkningen som långfristig skuld. Eventuellt återstående anskaffningsvärde på aktier i dotterföretag har i första hand redovisats som korrigering av bokfört värde på dotterföretagens anläggningstillgångar och skulder och i andra hand som goodwill, alternativt negativ goodwill.

Goodwill

Företagsförvärv är en viktig del i koncernens expansion. Dessa förvärv sker ofta i konkurrens med företag som följer en annan redovisningspraxis än den svenska vad avser till

exempel behandlingen av goodwill. Goodwill avskrivs över bedömd ekonomisk livslängd (useful life), som bedöms till 40 år avseende de strategiskt betydelsefulla förvärven av Zanussi, White och American Yard Products. Den planliga avskrivningen beräknad på detta sätt har belastat rörelseresultatet.

I enlighet med övergångsbestämmelserna i Redovisningsrådets rekommendation om koncernredovisning redovisas i not 7 de effekter som skulle uppkomma om avskrivningstiden för goodwill för de tre tidigare nämnda förvärven begränsades till 20 år.

För goodwill uppkommen vid andra förvärv än Zanussi, White och American Yard Products sker avskrivning med lägst 10% per år och redovisas under "Planliga avskrivningar".

Årligen sker en prövning av den ekonomiska livslängden för att bedöma om den valda avskrivningsplanen skall förändras.

Negativ goodwill upplöses enligt en på förhand fastställd plan. Denna plan baseras dels på kostnader för nödvändigt omstruktureringsarbete dels på de förvärvade bolagens bedömda avkastningsförmåga.

Omräkning av utländska dotterföretag

Vid omräkning av utländska dotterföretags bokslut omräknas balansräkningarna till balansdagskurs. Resultaträkningarna omräknas till årets genomsnittskurs. Den omräkningsdifferens som uppkommer i samband med valutaomräkningen är förd direkt mot eget kapital.

Undantag från denna regel görs för dotterföretag i länder med särskilt hög inflation. För dessa bolag belastar omräkningsdifferensen rörelseresultatet före avskrivningar. Även skillnaden mellan årets nettovinst omräknad till genomsnittskurs respektive till balansdagskurs belastar rörelseresultatet före avskrivningar. På motsvarande sätt tillgodoräknas inflationskorrigering av dessa bolags anläggningstillgångar rörelseresultatet före avskrivningar. Den beskrivna metoden medför att ökningen/minskningen av eget kapital i länder med särskilt hög inflation i sin helhet redovisas i koncernens resultaträkning.

Övriga redovisnings- och värderingsregler

Intäktsredovisning

Försäljning av produkter och tjänster redovisas vid leveranstillfället. Med fakturerad försäljning avses försäljningsvärdet med avdrag för mervärdeskatt, särskilda varuskatter, retur och rabatter.

Vid försäljning av projekt resultatförs dessa i de flesta fall först då projektet slutfaktureras. I vissa undantagsfall avseende särskilt stora projekt som sträcker sig över flera räkenskapsår, resultatförs dessa under projektets löptid, förutsatt att resultatet väl kan beräknas för den avslutade delen av projektet samt att det bidrar till en rikigare periodisering av koncernens intäkter och kostnader.

Forsknings- och utvecklingskostnader

Utgifter för forskning och utveckling kostnadsförs löpande och uppgick för 1993 till 1.275 Mkr (1.091).

Avskrivning på materiella anläggningstillgångar

De planenliga avskrivningarna grundas på tillgångarnas anskaffningsvärde före nedskrivning mot investeringsfond eller motsvarande. Avskrivningstiden bestäms på grundval av tillgångarnas beräknade ekonomiska livslängder.

I vissa fall justeras i enskilda bolag redovisade anläggningensvärden till för koncernen beräknad anskaffningskostnad i samband med balansräkningens upprättande. Då så är fallet är de planenliga avskrivningarna baserade på dessa omräknade värden.

Extraordinära intäkter och kostnader

I enlighet med god redovisningssed i Sverige tillämpas en strikt tolkning av vad som redovisas som extraordinära intäkter och kostnader.

Vinster och förluster vid avyttring av anläggningstillgångar och rörelsegrenar samt omstruktureringskostnader utgör en naturlig del av koncernens verksamhet och redovisas därför i rörelseresultatet. En specifikation av sådana poster lämnas i not 1.

Skatter

Electrolux skattebelastning påverkas av de bokslutsdispositioner och andra skattemässiga dispositioner som har gjorts i de enskilda bolagen. Härtill kommer utnyttjandet av tidigare uppkomna, eller i förvärvade bolag ingående skattemässiga underskott. Detta gäller för såväl svenska som utländska koncernbolag.

Fordringar och skulder i utländsk valuta

Redovisningen av fordringar och skulder i utländsk valuta följer Bokföringsnämndens anvisning nr 7. Detta innebär att fordringar och skulder värderas till balansdagens kurs.

Har finansiell fordran/skuld skyddats genom terminssäkring, bokförs dessa till avistakurs. Terminspremien periodiseras över löptiden och redovisas som ränta.

Lån och terminer, avsedda för skydd av det egna kapitalet i utländska dotterbolag (s k hedging), redovisas i moderbolaget till anskaffningskurs. I koncernredovisningen upptas sådana lån och terminer till balansdagskurs. Uppkomna kursdifferenser kvittas, med beaktande av skatteeffekt, mot de omräkningsdifferenser som uppstår vid omräkning av de utländska dotterföretagens nettotillgångar.

Terminskontrakt som säkrar flöden av varor och tjänster mellan länder har behandlats på så sätt att kundfordringar och leverantörsskulder värderats till terminskurs. I de fall där fordran eller skuld ej ännu uppkommit har värderingen av terminskontrakten ej påverkat redovisningen.

Varulager

Varulagret är värderat till det lägsta av anskaffningsvärdet respektive verkligt värde. Anskaffningsvärdet beräknas efter

den sk "först in först ut principen" (FIFO). Erforderliga reserver är ställda för inkurans.

Anpassning till internationell och övrig redovisningspraxis

Electrolux beaktar i denna årsredovisning i allt väsentligt de riktlinjer för internationellt verksamma företag, som utfärdats av OECD (Organization for Economic Cooperation and Development).

Information i enlighet med US GAAP (U.S. Generally Accepted Accounting Principles) ges i not 12 samt i den separata Form 20-F som varje år inlämnas till SEC (Securities and Exchange Commission) i USA.

Noter till koncernens bokslut

1 Rörelsens kostnader

I rörelsens kostnader redovisas följande poster:

	1993 Mkr	1992 Mkr
Vinst vid försäljning av fastigheter	114	82
Förlust vid försäljning av verksamheter	- 325	- 23
Vinst vid försäljning av aktier i Email Ltd	204	-
Totalt	- 7	59

I rörelsens kostnader ingår omräkningsdifferenser samt inflationskorrigeringar med -40 Mkr (-11), (se Redovisningsprinciper, valutaomräkning sid 43). Därutöver ingår upplösning av negativ goodwill med 0 Mkr (27).

2 Övriga finansiella intäkter och kostnader

I posten ingår ränteintäkter med 277 Mkr (171) och räntekostnader med -260 Mkr (-164) avseende räntearbitrageaffärer. Fordringar respektive skulder avseende räntearbitrage uppgår på balansdagen till 3.451 Mkr (3.301), vilka har nettoredovisats.

3 Skatt

I beloppet skatt ingår följande poster:

	1993 Mkr	1992 Mkr
Inkomstskatt	- 785	- 583
Latent skatt	174	66
Övriga skatter bl a fastighetsskatt	- 321	- 258
Totalt	- 932	- 775

Koncernen har per den 31 december 1993 dessutom förlustavdrag uppgående till 4.755 Mkr (3.507).

4 Vinst per aktie efter full skatt

	1993 Mkr	1992 Mkr
Nettovinst	584	183
Antal aktier för 1993 och 1992: 73.233.916		
Vinst per aktie i kronor	8:00	2:50

5 Varulager

Varulagret består av följande:

	1993 Mkr	1992 Mkr
Råmaterial	3.209	3.190
Pågående arbeten	2.306	2.161
Färdiga varor	11.183	10.532
Totalt	16.698	15.883

6 Aktier och andelar, anläggningstillgångar

INTRESSEBOLAG	Antal	Procentuellt innehav	Innehavets nominella värde miljontal i respektive valutaslag	Kapitalandens värde, Mkr
Autoflug SA, Sydafrika	–	26	DEM 2	10
Circuiti Stampati SRL, Italien	400.000	25	ITL 400,0	3
Environmental Services Group, Nederländerna	1.827	30	NLG 1,8	15
Eureka Forbes Ltd, Indien	990.000	40	INR 9,9	13
FHP Motors GmbH, Tyskland	–	50	DEM 40,0	98
Finanziaria Industriale S.p.A., Italien	450.375	37,5	ITL 4.503,8	30
Forbach GmbH, Tyskland	–	50	DEM 3,3	9
Friulia Factors S.p.A., Italien	4.250	50	ITL 425,0	4
Hilme, Italien	100.000	23,7	ITL 1.000,0	2
IVG Bulka-Lehel GmbH, Tyskland	–	50	HUF –	0
J/V Khimki Husqvarna, Ryssland	1	50	SEK 4,6	4
Kingfisher Wood Products Ltd, England	520.000	50	GBP 0,5	–3
Mei-An Autoliv, Taiwan	410.000	41	TWD 20,5	6
NSK Autoliv Inc., USA	2.500	50	USD 0,3	15
NSK Autoliv, Japan	5.600	50	JPY 280,0	18
Raufors Plastal Components AB, Sverige	4.500	50	SEK 6,0	6
Rødkaersbro Produkthandel A/S, Danmark	2.000	40	DKK 2,0	13
Saudi Arabia Refrig Mfg, Saudiarabien	1.705	25	–	6
Zanker N.V., Belgien	250	50	BEF 30,0	22
Zanussi Elettromeccanica Tianjin Compressor Ltd. Co., Kina	–	50	USD 14,0	118
				389

ÖVRIGA BOLAG	Antal	Procentuellt innehav	Innehavets nominella värde miljontal i respektive valutaslag	Bokfört värde, Mkr
MODERBOLAGETS INNEHAV				
Atle Förvaltnings AB	647.108	1,2	SEK 6,5	12
Bure Förvaltnings AB	717.712	1,3	SEK 7,2	22
DOTTERBOLAGENS INNEHAV				
Svenska bolag				
AB Tryggve Jansson	2.460	49	SEK 0,2	4
Gotthard Vafab Miljö AB	10.000	50	SEK 2,0	2
Utländska bolag				
ABB Transformatoren GmbH, Tyskland	–	2	DEM 0,6	4
AEG Hausgeräte AG, Tyskland	12.000	10	DEM 12,0	385
Airbags Int. Ltd, Storbritannien	710.000	50	GBP 0,7	8
Autoliv Cancor, Turkiet	–	50	TRL –	4
Autosafety, Mexiko	10.000	50	MXP 2.851,0	5
Banco Popolare di Friuli, Italien	18.784	0,3	ITL 9,4	2
E.A.K. Composants pour l'automobile S.A., Frankrike	152.500	49	FRF 15,3	22
Email Ltd, Australien	13.089.629	5,1	AUD 6,5	126
Fuji Autoliv Company, Japan	2.000	50	JPY 50,0	4
Inox Taglio SRL, Italien	2.000	10	ITL 2,0	2
Ithilly, Italien	720.000	5,2	ITL 720,0	3
Kelvinator India, Indien	1.618.939	11,8	–	14
Kotimaiset Kotitalouskoneet Oy, Finland	2.050	50	FIM 2,1	5
Livbag S.A., Frankrike	200.000	50	FRF 20	28
Mutual Fund Investment, Deferred compensation program, USA	–	–	–	15
Nanjing Hongguang, Kina	–	50	USD 0,5	3
Országos Kereskedelmiés Hitelbank, Ungern	–	0,2	HUF 31,5	3
Sen-Sonor A/S, Norge	195.001	4,5	NOK 2,0	6
Thai Swedish Furniture Ltd, Thailand	100.000	46,7	THB 10	3
Transition Research, USA	23.667	9,4	–	12
Zanussi Hellas, Grekland	4.500	45	GDR 45,0	4
Övrigt (Detaljerad specifikation av innehavet ingår i årsredovisningen som sänts till Patent- och Registreringsverket).				33
				731

7 Anläggningar, Mkr

	Hyresrätter, patent m m	Goodwill	Förskott till leve- rantörer	Pågående nyanlägg- ningar	Maskiner, inventarier och verktyg	Bygg- nader	Mark och markan- läggningar	Summa
Anskaffningskostnader								
Vid årets början	254	5.977	158	704	30.468	9.055	1.329	47.945
Årets anskaffningar	3	–	186	673	2.582	218	20	3.682
Företagsförvärv/-försäljning	–	19	0	–	13	–	1	33
Överföring av pågående arbeten och förskott	–	–	–214	–727	843	98	–	–
Försäljning, utrangering av tillgångar, m m	–	–55	–4	–	–1.794	–133	–51	–2.037
Effekt av FAS 109 (se redovisningsprinciper)	–	511	–	–	–	–	–	511
Kursdifferenser på IB i utländska dotterbolag m m	3	737	16	86	2.437	882	86	4.247
Vid årets slut	260	7.189	142	736	34.549	10.120	1.385	54.381
Ackumulerade avskrivningar enligt plan								
Vid årets början	47	1.534	–	–	17.483	3.239	121	22.424
Årets avskrivningar	28	345	–	–	3.484	381	14	4.252
Företagsförvärv/-försäljning	–	–10	–	–	3	–	–	–7
Försäljning, utrangering av tillgångar, m m	–	–39	–	–	–1.662	–92	–2	–1.795
Effekt av FAS 109 (se redovisningsprinciper)	–	86	–	–	–	–	–	86
Kursdifferenser på IB i utländska dotterbolag m m	–	165	–	–	1.299	299	11	1.774
Vid årets slut	75	2.081	–	–	20.607	3.827	144	26.734
Värde enligt balansräkning 1993-12-31	185	5.108	142	736	13.942	6.293	1.241	27.647

Taxeringsvärden svenska koncernbolag:

Byggnader 1.272 Mkr (1.215), mark 196 Mkr (191).

Oavskrivet belopp av uppskrivningar mark 173 Mkr (178).

I koncernen avskrivs tre goodwillposter över 40 år. Om denna goodwill i stället skulle ha avskrivits på 20 år enligt Redovisningsrådets rekommendation nr 1 skulle årets resultat försämrats med 117 Mkr, restvärdet på goodwill minskats med 742 Mkr (553) och koncernens utgående eget kapital reducerats med 742 Mkr (553).

8 Ställda pantar

	1993 Mkr	1992 Mkr
Fastighetsinteckningar	1.591	1.818
Företagsinteckningar	242	263
Fordringar	25	14
Lager	12	11
Övrigt	12	12
Totalt	1.882	2.118

9 Eget kapital, Mkr

	Aktie- kapital	Bundna reserver	Fria reserver	Netto- vinst	Totalt
Vid årets början	1.831	9.259	5.499	183	16.772
FAS 109 och FAS 106 m m	–	–	–924	–	–924
Justerat eget kapital efter anpassning	1.831	9.259	4.575	183	15.848
Överföring av föregående års vinst m m	–	–	183	–183	–
Utdelning	–	–	–458	–	–458
Förskjutningar mellan bundet och fritt eget kapital	–	–40	40	–	–
Omräkningsdifferenser m m	–	434	445	–	879
Nettovinst	–	–	–	584	584
Vid årets slut	1.831	9.653	4.785	584	16.853

Koncernens disponibla vinstmedel är 5.369 Mkr. Ingen avsättning till bundna reserver är erforderlig.

Under rubriken "Bundna reserver" redovisas även eget kapital i periodiseringskillnader 2.369 Mkr (2.733).

Beloppet kan, om det framtages till beskattning, överföras till fria reserver.

10 Ansvarförbindelser

	1993 Mkr	1992 Mkr
Diskonterade växlar	59	104
Kundfordringar med regressrätt	45	151
Borgens- och övriga ansvarförbindelser	535	475
Kapitalvärde av pensionsåtaganden utöver skuldfört belopp	86	161
Totalt	725	891

11 Sammandrag av medelantalet anställda samt löner och ersättningar

	1993	1992
Verksamheten i Sverige		
Antal arbetsställen	57	59
Totalt genomsnittligt antal anställda varav kvinnor 4.432 (4.997)	15.118	16.202
Löner och ersättningar, Mkr		
Styrelse och verkställande direktörer	60	53
Övriga anställda	2.620	2.645
Totalt	2.680	2.698
Verksamheten utanför Sverige		
Antal länder	52	48
Totalt genomsnittligt antal anställda varav kvinnor 35.565 (35.953)	99.598	104.946
Löner och ersättningar, Mkr		
Styrelse och verkställande direktörer	312	243
Övriga anställda	15.699	12.961
Totalt	16.011	13.204
Koncernen totalt		
Genomsnittligt antal anställda varav kvinnor 39.997 (40.950)	114.716	121.148
Löner och ersättningar, Mkr	18.691	15.902

(Detaljerad specifikation återfinns i moderbolagets årsredovisning.)

Ersättningar m m till styrelsens ordförande och verkställande direktören samt övriga i koncernens ledning

I enlighet med bolagsstämmans beslut har i arvode till styrelsen utgått 1.150.000 kronor. Detta arvode har fördelats mellan de ledamöter och suppleanter som inte är anställda i bolaget.

I lön och andra skattepliktiga förmåner har till ordföranden i moderbolagets styrelse, tillika koncernchef, utgått 5.279.148 kronor, och till verkställande direktören 3.779.230 kronor.

I styrelsearvoden från utländska dotterbolag har ordföranden erhållit DEM 220.000, DKR 52.000, FRF 250.000 och USD 225.000 och verkställande direktören DEM 110.000, DKR 52.000, FRF 120.000 och USD 205.000. Till vice ordföranden har utgått pension från tidigare anställning i bolaget.

Ordföranden och verkställande direktören har rätt – respektive skyldighet om bolaget så begär – att träda i pension från 55 års ålder. Pensionen utgår med 70% av fast lön vid pensionstillfället fram till ordinarie pension vid 65 års ålder. Från 65 års ålder utgår utöver pension enligt normal ITP-plan en extra livsvarig ålderspension med 32,5% av den del av lönen vid pensionstillfället som uppgår till 20–30 basbelopp, 50% av den del av lönen vid pensionstillfället som uppgår till

31–100 basbelopp och 32,5% av den del av lönen vid pensionsstillfället som överstiger 100 basbelopp.

Liknande pensionsavtal gäller för vissa av övriga personer i koncernens ledning i regel med 60 år som begynnelseålder för förtidspension.

Avtal om avgångsvederlag föreligger ej.

12 Koncernbokslutet enligt US GAAP

Koncernens bokslut har upprättats i enlighet med svensk redovisningspraxis. Denna skiljer sig i vissa hänseenden väsentligt från amerikanska redovisningsprinciper (US GAAP). En beskrivning av de väsentligaste skillnaderna redovisas nedan.

Förändringar av redovisningsprinciper

I Electrolux koncernbokslut upprättat i enlighet med US GAAP tillämpas från och med den 1 januari 1993 förändrade redovisningsprinciper vad avser inkomstskatter, pensionsförmåner samt övriga förmåner utöver pensioner till anställda. Den ackumulerade effekten efter skatt av dessa förändringar redovisas separat i resultaträkningen som "Effekt av byte av redovisningsprinciper". I enlighet med svensk redovisningspraxis redovisas den ackumulerade effekten av förändrade redovisningsprinciper direkt mot koncernens ingående egna kapital (se Redovisnings- och värderingsprinciper sid 41). Ändring av redovisningsprincip för värdepappersinnehav har även skett. Effekten härav har enligt US GAAP redovisats direkt mot eget kapital. Ingen av de förändrade redovisningsprinciperna har medfört någon likviditetspåverkan.

Den ackumulerade effekten av förändrade redovisningsprinciper som redovisas direkt i resultaträkningen enligt US GAAP uppgår till –150 Mkr och avser inkomstskatter 694 Mkr, övriga förmåner utöver pensioner till anställda –881 Mkr samt pensioner 37 Mkr.

Uppskrivning av tillgångar

Svenska redovisningsprinciper medger i vissa situationer uppskrivningar av anläggningstillgångar utöver anskaffningskostnaden. Detta är normalt inte förenligt med US GAAP.

Justering vid företagsförvärv

Enligt svenska redovisningsprinciper har koncernen behandlat den skatteförmån som följer av utnyttjandet av förvärvade bolags förlustavdrag som en minskning av årets skattekostnad. Enligt US GAAP redovisas skatteeffekten av förvärvade bolags förlustavdrag som retroaktiv justering av värdet på förvärvade tillgångar.

Pensioner

Med början 1989 skall den amerikanska pensionsrekommendationen, FAS 87 (Employers' Accounting for Pensions) tillämpas för pensionsplaner utanför USA. Enligt denna rekommendation skall bla framtida löneökningar, inflation etc, beaktas vid beräkningen av det framtida pensionsåtagandet (projected benefit obligation). Vid beräkningen av den svenska reserven för PRI-pensioner beaktas ej framtida löneökningar, vilket uppvägs av den lägre diskonteringsfaktor som används vid beräkning av PRI-reserven jämfört med beräkningar enligt FAS 87. Den initiala skillnad som uppstod när FAS 87 tillämpades för första gången (1 januari 1989) amorteras över den framtida genomsnittliga anställningstiden varför påverkan på

nettovinsten ej är väsentlig. Övriga väsentliga skillnader har beaktats enligt US GAAP.

Övriga förmåner

Förutom pension, åtar sig vissa av koncernens dotterbolag, främst i USA, att tillhandahålla förmåner i form av hälsovård och livförsäkringar till sina anställda efter pensionering. USAs Financial Accounting Standards Board utfärdade under 1990 sin rekommendation No. 106 (Employers' Accounting for Postretirement Benefits Other Than Pensions) som kräver skuldföring av beräknade framtida åtaganden för dessa förmåner. Rekommendationen tillåter olika alternativa övergångsmetoder och skall införas senast 1993 för USA-bolagen samt 1995 för övriga bolag. Electrolux-koncernen har infört rekommendationen under 1993. Se redovisningsprinciper och not 9.

Värdepapper

Enligt svenska redovisningsprinciper skall innehav av såväl räntebärande som aktierelaterade värdepapper redovisas enligt lägsta värdets princip. I enlighet med FAS 115 (Accounting for Certain Investments in Debt and Equity Securities) skall innehaven klassificeras med avseende på avsikt, dvs, om de är avsedda för handel, om de skall innehas till förfall eller en kategori däremellan. Värdering och resultatredovisning sker olika beroende på klassificeringen av värdepapperen. För Electrolux innebär detta att vissa värdepapper skall upptagas till marknadsvärde i balansräkningen samtidigt som skillnaden mot anskaffningsvärdet förts direkt mot eget kapital enligt US GAAP. Vid avyttring av dessa värdepapper kommer värdeförändringar som tidigare redovisats direkt mot eget kapital att redovisas i resultaträkningen.

Latent skatt

Räkenskaperna och inkomsttaxeringen påverkas under skilda perioder av vissa poster. Electrolux redovisar latent skatt på de väsentligaste periodiseringskillnaderna, huvudsakligen obeskattade reserver, samt beaktar i vissa fall den framtida skatteeffekten av förlustavdrag. US GAAP kräver redovisning av skatteeffekter för alla betydande skillnadsposter och förlustavdrag med begränsningen att latent skattefordringar bara kan redovisas om det är sannolikt att skattenyttan kommer att kunna åtnjutas.

Som framgår enligt redogörelse ovan har ny redovisningsprincip införts för skatter från och med den 1 januari 1993. Den nya rekommendationen FAS 109 (Accounting for Income Taxes) skiljer sig främst från tidigare tillämpad princip genom att skatteeffekterna skall redovisas baserat på de skattesatser som gäller i framtiden när beskattning skall ske. Tidigare tillämpad princip innebar att skatteeffekterna skulle redovisas baserat på de skattesatser som gällde när skillnadsposterna uppstod.

Approximativa effekter på nettovinst, eget kapital och balansräkning vid tillämpning av US GAAP

	1993 Mkr	1992 Mkr
A. Nettovinst		
Nettovinst enligt koncernens resultaträkning	584	183
Justeringar:		
Företagsförvärv	84	88
Pensioner	- 21	- 18
Skatt	- 123	- 63
Beräknad nettovinst enligt US GAAP före byte av redovisningsprinciper	524	190
Effekt av byte av redovisningsprinciper	- 150	-
Beräknad nettovinst enligt US GAAP efter byte av redovisningsprinciper	374	190
Beräknad nettovinst i kronor per aktie enligt US GAAP före byte av redovisningsprinciper		
	7:20	2:60
Beräknad nettovinst i kronor per aktie enligt US GAAP efter byte av redovisningsprinciper.		
	5:10	2:60
(antal aktier för 1993 och 1992: 73.233.916)		
B. Eget kapital		
Eget kapital enligt koncernens balansräkning	16.853	16.772
Justeringar:		
Uppvärdering av anläggningstillgångar	- 173	- 178
Företagsförvärv	- 1.211	- 937
Pensioner	- 358	- 194
Värdepapper	235	-
Skatt	- 357	- 1.227
Summa justeringar	- 1.864	- 2.536
Beräknat eget kapital enligt US GAAP	14.989	14.236

C. Balansräkning

Nedanstående tabell visar i sammandrag koncernens balansräkning enligt svensk redovisningspraxis och enligt US GAAP.

	Redovisat enligt svensk redovisningspraxis		Beräknade värden enligt US GAAP	
	1993 Mkr	1992 Mkr	1993 Mkr	1992 Mkr
Omsättningstillgångar	47.670	44.251	50.738	47.113
Fastigheter, maskiner och inventarier	22.354	20.871	22.016	20.433
Aktier och andelar	1.120	818	1.355	818
Latenta skatter	455	-	140	-
Långfristiga fordringar	530	399	810	399
Goodwill	5.108	4.443	4.020	3.766
Övriga tillgångar	410	836	621	1.353
Summa tillgångar	77.647	71.618	79.700	73.882
Kortfristiga skulder	33.944	33.776	36.970	36.634
Långfristiga skulder	26.460	20.382	27.351	21.097
Latenta skatter	-	373	-	1.600
Minoritetskapital	390	315	390	315
Eget kapital	16.853	16.772	14.989	14.236
Summa skulder och eget kapital	77.647	71.618	79.700	73.882

Moderbolaget

Nedan följer ett sammandrag av årsredovisningen för moderbolaget, AB Electrolux.

AB Electrolux resultaträkning

(Mkr)	1993	1992
Fakturerad försäljning	4.717	4.360
Resultat före bokslutsdispositioner	- 15	807
Bokslutsdispositioner	316	- 215
Skatter	- 5	- 5
Årets vinst	296	587

AB Electrolux balansräkning

(Mkr)	1993-12-31	1992-12-31
TILLGÅNGAR		
Omsättningstillgångar	8.676	6.636
Anläggningstillgångar		
Aktier och andelar	16.824	19.439
Övrigt	5.348	4.300
Summa tillgångar	30.848	30.375
SKULDER OCH EGET KAPITAL		
Kortfristiga skulder	10.060	10.678
Långfristiga skulder	12.852	11.285
Obeskattade reserver	890	1.206
EGET KAPITAL		
Bundet eget kapital		
Aktiekapital		
2.000.000 A-aktier à nom 25 kr		
71.233.916 B-aktier à nom 25 kr	1.831	1.831
Reservfond	2.731	2.730
Fritt eget kapital		
Balanserad vinst	2.188	2.058
Årets vinst	296	587
Summa skulder och eget kapital	30.848	30.375

Kommentarer till AB Electrolux bokslut

Utdelning från svenska dotterbolag uppgick till 1.044 Mkr (0). Utdelning från utländska dotterbolag uppgick till 421 Mkr (344).

Eget kapital, Mkr	Aktie- kapital	Reserv- fond	Fritt eget kapital
Vid årets början	1.831	2.730	2.645
Av bolagsstämman beslutad utdelning			- 457
Återbetalning av deponerade medel för inlösen av aktier i Gränges AB		1	
Årets vinst			296
Vid årets slut	1.831	2.731	2.484

Definitioner

Kapitalbegrepp

Nettolikviditet

Likvida medel minskat med kortfristig upplåning.

Nettotillgångar

Summa tillgångar, exklusive likvida medel, minskat med icke räntebärande skulder. Icke räntebärande skulder inkluderar latent skatteskuld.

Riskbärande kapital

Summan av eget kapital, minoritetens andel, latent skatt på periodiseringskillnader samt den latent skatteskulden på kvarvarande förvärvade obeskattade reserver.

Totalt justerat kapital

Totala tillgångar minskat med likvida medel till den del de kan nettas mot kortfristig upplåning.

Vinst per aktie

Electrolux beräknar vinst per aktie enligt två modeller. 1989 ersattes "vinst per aktie efter schablonskatt" med "vinst per aktie efter full skatt".

Vinst per aktie efter full skatt

Årets nettovinst dividerad med antalet aktier.

Vinst per aktie efter schablonskatt

Gäller för 1988 och tidigare år. Resultat efter finansiella poster efter avdrag för minoritetsintressen och 50% schablonskatt, dividerat med antalet aktier.

Vinst per aktie enligt US GAAP

Se uppgifter enligt US GAAP not 12.

Samtliga beräkningar har gjorts efter full konvertering, och efter justering för eventuell split, fond- och nyemission. Vid nyemission beräknas ett genomsnittligt antal aktier för året.

Övriga nyckeltal

Avkastning på eget kapital

Årets nettovinst i procent av ingående eget kapital. För 1988 och tidigare år används resultat efter finansiella poster med avdrag för minoritetsintressen och 50% schablonskatt i procent av ingående justerat eget kapital. Ingående eget kapital har vid beräkningen ökat med under året konverterade förlagsbevis och i förekommande fall nyemission.

Avkastning på nettotillgångar

Rörelseresultat efter avskrivningar i procent av genomsnittliga nettotillgångar.

Räntetäckningsgrad

Rörelseresultat efter avskrivningar plus finansiella intäkter i relation till totala räntekostnader.

Andel riskbärande kapital

Riskbärande kapital i procent av totalt justerat kapital.

Soliditet

Eget kapital i procent av totalt justerat kapital.

Skuldsättningsgrad (US GAAP)

Långfristiga skulder i procent av långfristiga skulder plus eget kapital.

Förslag till vinstdisposition

Enligt upprättad koncernredovisning uppgår koncernens fria medel till 5.369 Mkr. Ingen avsättning till bundna reserver är erforderlig.

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att årets vinst jämte från tidigare år balanserade vinstmedel tillsammans	Tkr 296.662
	<u>Tkr 2.187.779</u>
	Tkr 2.484.441
disponeras som följer:	
Till aktieägare utdelas kr 6:25 per aktie, vartill åtgår	Tkr 457.712
I ny räkning överföres	<u>Tkr 2.026.729</u>
Totalt	Tkr 2.484.441

Stockholm den 1 mars 1994

Anders Scharp
Styrelsens ordförande

Gösta Bystedt
Vice ordförande

Sven Åke Andersson

Bertil Danielsson

Carl Löwenhielm

Sven Olving

Leif Johansson
Verkställande direktör

Claes Dahlbäck

Lars V. Kylberg

Hans Elfving

Hans Södenqvist

Revisionsberättelse

Vi har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen, räkenskaperna samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för år 1993. Granskningen har utförts enligt god revisionssed.

Moderbolaget

Årsredovisningen är uppgjord enligt aktiebolagslagen.

Vi tillstyrker, att bolagsstämman

- fastställer resultaträkningen och balansräkningen
- disponerar vinsten i enlighet med styrelsens och verkställande direktörens förslag, samt
- beviljar styrelseledamöterna och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Koncernen

Koncernredovisningen är uppgjord enligt aktiebolagslagen.

Vi tillstyrker, att bolagsstämman fastställer koncernresultaträkningen och koncernbalansräkningen.

Stockholm den 1 mars 1994

Ernst & Young AB

Gunnar Widhagen
Auktoriserad revisor

Förädlingsvärdet

Förädlingsvärdet uttrycker ett företags produktionsinsats, dvs den värdeökning, som uppstår genom företagets tillverkning, hantering etc och definieras som försäljningsintäkterna minus kostnaderna för köpta varor och tjänster.

Under 1993 hade koncernen försäljningsintäkter på totalt 100.121 Mkr (80.436). Efter avdrag för köpta varor och tjänster uppgick koncernens förädlingsvärde till 31.950 Mkr (26.417), vilket innebär en ökning med 21% (-1) jämfört med föregående år. Under den senaste femårsperioden har den årliga ökningen i genomsnitt uppgått till 3,0% (0,9) per år.

Under året stannade 4.446 Mkr (3.252) av förädlingsvärdet kvar i företaget och användes där bl a till investeringar i såväl anläggningar som produktutveckling och marknadsföring. Utdelningen till aktieägarna utgjorde 1993 1% (2) av förädlingsvärdet eller 2% (2) av koncernens totala löner och sociala kostnader.

Fördelningen av förädlingsvärdet mellan koncernens olika intressenter samt deras relativa andel under de senaste två åren framgår av nedanstående tabell.

Beräkning av förädlingsvärdet	1993		1993 per anställd, Tkr	1992	
	Mkr	%		Mkr	%
Totala intäkter	100.121	100	873	80.436	100
Kostnader för inköp av varor och tjänster	- 68.171	- 68	- 595	- 54.019	- 67
Förädlingsvärde	31.950	32	278	26.417	33

Fördelning av förädlingsvärdet	1993		1993 per anställd, Tkr	1992	
	Mkr	%		Mkr	%
Till anställda					
Löner	18.691			15.902	
Sociala kostnader	5.728			4.796	
	24.419	77	213	20.698	78
Till stat och kommun					
Skatter	932	3	8	775	3
Till långivare					
Räntor m m	1.695	5	15	1.234	5
Till aktieägare					
Utdelning (för 1993 förslag)	458	1	4	458	2
Kvar i koncernen					
För förslitning av anläggningar (avskrivningar)	4.252			3.469	
Övrigt	194			- 217	
	4.446	14	38	3.252	12
Förädlingsvärde	31.950	100	278	26.417	100

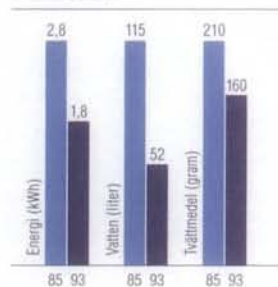
Koncernens miljöarbete

"ETT AKTIVT MILJÖARBETE GÖR OSS KONKURRENSKRAFTIGA OCH BEFÄSTER VÅR LEDANDE MARKNADSPPOSITION."

"VI SKA TILLHANDAHÅLLA MILJÖANPASSADE PRODUKTER SNABBARE ÄN KONSUMENTERNA EFTERFRÅGAR."

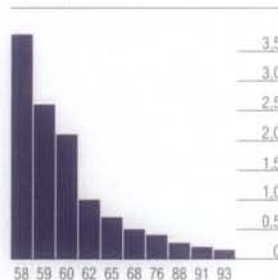
Leif Johansson

Tvättmaskiner



Förbrukning av energi, vatten och tvättmedel för bästa tvättmaskinsmodell. Gäller för frontmatad maskin, vittvätt 90°C och 5 kg tvätt.

Kylskåp



Energiförbrukning per 100 l kylutrymme mätt i kWh per dygn.



Electrolux spis med både en stor och en liten ugn spar mycket energi. Den lilla ugnen, som genom sin snabbhet är mycket energisnål, värms upp till 200°C på mindre än 4 minuter och är idealisk för uppvärmning och tillagning av mindre rätter.

Allt fler konsumenter efterfrågar miljöanpassade produkter. Som marknadsledare är det viktigt att ligga väl framme även när det gäller miljön. Ett aktivt arbete pågår för att få till stånd ett konstruktivt miljötänkande i hela koncernen. Detta har resulterat i produkter med väsentligt förbättrade miljöegenskaper.

Miljöarbetet sker med en helhetssyn och en fokusering på kretsloppstänkandet. Det är ett arbete som aldrig tar slut. I takt med vad som är tekniskt möjligt och ekonomiskt motiverat fortsätter Electrolux att förbättra produkterna så att de ständigt blir bättre ur miljösynpunkt.

I koncernen bedrivs forsknings- och utvecklingsarbetet så att försiktighet kan iaktas vid införandet av nya metoder, processer och produkter.

I årsredovisningen för 1992 presenterades Electrolux miljövision och policy. Här följer några exempel på vad som gjorts inom koncernen under 1993.

Ett CFC-fritt genombrott

Förtunningen av jordens skyddande ozonlager är tillsammans med den sk växthuseffekten två problemområden, som under senare år givits allt mer uppmärksamhet. Electrolux har satsat kraftfullt på att ta sin del av ansvaret genom att dels avveckla användningen av CFC i kyl- och frysskåp och utveckla mindre miljöbelastande alternativ, dels genom att påskynda utvecklingen av mer energieffektiva produkter.

Electrolux var först på marknaden med ett komplett sortiment helt CFC-fria kyl- och frysskåp. CFC i både kylsystem och isolering har i ett första steg ersatts med den helt CFC-fria gasen R134a. Denna har ingen påverkan på ozonlagret och dess inverkan på växthuseffekten är väsentligt lägre än tidigare lösningar.

Resurssnålare vitvaror

Electrolux kan idag erbjuda vitvaror som har den lägsta energiförbrukningen på marknaden. På drygt femton år har elförbrukningen för hela vitvarusortimentet i genomsnitt halverats, vilket innebär en väsentligt mindre påverkan på miljön men även lägre elkostnader för konsumenten.

Ett exempel på detta är koncernens nya spisar med en liten snabbugn och en större underugn, vilket både gör matlagningen mer energisnål och funktionell.

Diskmaskiner sparar mycket vatten jämfört med handdisk. Electrolux vattensnålaste modell för 14 kuvert drar endast 19 liter vatten per diskprogram.

Returemballage

Nya återanvändningsbara emballagesystem utvecklas nu inom koncernen. Inom produktlinjen fritidsprodukter har närmare 300.000 produkter tillverkade i Tyskland och USA transporterats i en ny typ av returemballage. Detta skonar miljön samtidigt som det innebär kostnadsbesparingar för koncernen.

Vinnande återvinning

Genom återvinningsföretaget Gotthard Nilsson har en teknik utvecklats för att på ett säkert sätt ta hand om CFC vid skrotning av gamla kylskåp. Tekniken har under året förfinats och det är nu möjligt att återvinna cirka 95% av all CFC i kylsystemet och cirka 85% av den som finns i isoleringen. Kylskåpets metalldetaljer fragmenteras och isoleringen blir till ett fint pulver.

Energibesparande kommersiell utrustning

Electrolux Storkök har utvecklat tunneldiskmaskinerna och minskat åtgången av varmvatten i slutsköljningen med cirka 50%. Maskinerna är utrustade med ett speciellt energibesparingsystem, som bl a hettar upp inkommande kallvatten till 50°C med hjälp av värmeåtervinning. Maskinerna minskar även energiförbrukningen med upp till 50% och användningen av diskmedel med mer än hälften.

Grönare utomhusprodukter

En intressant framtidsprodukt är den sk Solar Turtle, en solcellsdriven, självgående gräsklippare, som togs fram i form av prototyp under 1993. Den ställs ut i trädgården på våren och tas in på hösten och klipper själv gräsmattan när det är tillräckligt starkt dagsljus. Sensortechnik får den att hålla sig inom tomtgränsen och att undvika hinder som träd och buskar.

Miljöarbete i öst

Den reningsteknik och de driftsmetoder som Gränges använder står som modell för ett miljöförbättrande projekt vid ett ryskt smältverk i Krasnojarsk, Sibirien. Ryska driftsingenjörer har utbildats hos Gränges, som även haft tekniker på plats i Sibirien.

Vid dotterbolaget Lehel i Ungern fortsatte det omfattande program för marksanering, som sattes igång efter Electrolux förvärv av bolaget. Det är det hittills största miljöprojektet i Ungern. Mark och vatten har förorenats genom en tidigare bristfällig hantering och jorden behandlas nu bl a biologiskt med hjälp av bakterier.

En miljölärande organisation

En omfattande satsning görs inom koncernen på att utbilda de anställda i miljöfrågor. Under 1993 genomfördes det första steget i detta program inom vitvaror i Norden.

Under året utarbetade samtliga produktlinjer miljöplaner för den egna verksamheten, som koordineras i koncernens miljökommitté.



Koncernens tunneldiskmaskiner för professionella användare hör till de mest miljövänliga på marknaden med en mycket låg förbrukning av energi, vatten och diskmedel.



Prototyp av den solcellsdrivna och självgående gräsklipparen Solar Turtle.

Styrelse



Anders Scharp

Ordförande och koncernchef.
Född 1934, civ ing. Styrelseordförande i Incentive AB, Saab-Scania AB, AB SKF. Vice ordförande i Atlas Copco AB, Investor AB. Styrelseledamot i Email Limited (Australien), Svenska Arbetsgivareföreningen, Sveriges Industriförbund, Sveriges Verkstadsindustrier. Invald 1980.
Aktieinnehav i AB Electrolux: 74.666 aktier.



Gösta Bystedt

Vice ordförande.
Född 1929, civ ing, civ ekon.
Styrelseordförande i AB Export-Invest. Vice ordförande i Axel Johnson AB. Styrelseledamot i AB SKF, Atlas Copco AB, ESAB, Förvaltnings AB Hasselfors, Sveriges Industriförbund. Invald 1969.
Aktieinnehav i AB Electrolux: 104.759 aktier.



Claes Dahlbäck

Född 1947, civ ekon. Verkställande direktör i Investor AB. Styrelseordförande i Vin & Sprit AB. Vice ordförande i ASEA AB. Styrelseledamot i ABB, AB Astra, Incentive AB, Saab-Scania AB, AB SKF, STORA, Telefon AB LM Ericsson. Invald 1983.
Aktieinnehav i AB Electrolux: 1.000 aktier.



Bertil Danielsson

Född 1928, civ ekon. Styrelseordförande i Apoteksbolaget, Exportkreditnämnden, Stadshypotekskassan. Vice ordförande i AssiDomän AB, Nobelstiftelsen. Styrelseledamot i Gullspångs Kraft AB, Pilkington Floatglas AB, m fl. Invald 1991.
Aktieinnehav i AB Electrolux: 0 aktier.



Leif Johansson

Verkställande direktör.
Född 1951, civ ing. Styrelseledamot i Incentive AB. Invald 1991.
Aktieinnehav i AB Electrolux: 11.435 aktier och 20.000 optioner.



Lars V Kylberg

Född 1940, civ ing. Koncernchef och verkställande direktör i Saab-Scania AB. Styrelseordförande i Unisys AB, Arjo AB. Styrelseledamot i Orrefors AB, SNS, Sveriges Verkstadsindustrier, Sveriges Industriförbund, Närings- och teknikutvecklingsverket (NUTEK), Universitetet i Linköping, m fl. Invald 1992.
Aktieinnehav i AB Electrolux: 0 aktier.



Carl Löwenhielm

Född 1942, civ ekon. Koncernkreditchef, medlem av koncernledningen i Skandinaviska Enskilda Banken. Invald 1991.
Aktieinnehav i AB Electrolux: 0 aktier.



Sven Olving

Född 1928, tekn dr. Professor vid Chalmers Tekniska Högskola. Styrelseordförande i AB Volvofinans. Styrelseledamot i Bofors AB, Celsius Industrier AB, Telefon AB LM Ericsson, Trelleborg AB. Invald 1967.
Aktieinnehav i AB Electrolux: 50 aktier.

Suppleant



Lennart Ribohn

Född 1943, fil kand. Förste vice verkställande direktör i AB Electrolux. Styrelseledamot i Sveriges Allmänna Exportförening, OM Gruppen AB. Invald 1991. Aktieinnehav i AB Electrolux: 40.944 aktier och 20.000 optioner.

Arbetstagarledamöter



Sven Åke Andersson

Född 1950. LO-representant. Invald 1990. Aktieinnehav i AB Electrolux: 0 aktier.



Roland Mörk

Född 1938. LO-representant. Invald 1988. Aktieinnehav i AB Electrolux: 0 aktier.



Hans Elfving

Född 1941. SIF-representant. Invald 1993. Aktieinnehav i AB Electrolux: 117 aktier.

Arbetstagsuppleanter



Mari-Ann Krantz

Född 1948. SIF-representant. Invald 1990. Aktieinnehav i AB Electrolux: 34 aktier.



Ingemar Larsson

Född 1939. LO-representant. Invald 1990. Aktieinnehav i AB Electrolux: 0 aktier.



Torsten Säll

Född 1931. SALF-representant. Invald 1985. Aktieinnehav i AB Electrolux: 1.050 aktier.

Hedersordförande



Hans Werthén

Född 1919, civ ing, tekn dr. I samband med bolagsstämman 1991 lämnade tekn dr Hans Werthén uppdragen i AB Electrolux och utsågs samtidigt till hedersordförande. Han var åren 1967-74 verkställande direktör i AB Electrolux och därefter styrelseordförande fram till 1991.

Koncernens organisation

Electrolux är organiserat i fyra affärsområden med ett tjugotal s k produktlinjer. Inom varje produktlinje finns ett flertal bolag. Totalt har koncernen knappt 600 rörelsedrivande enheter i ett femtiotal länder.

Verkställande ledning

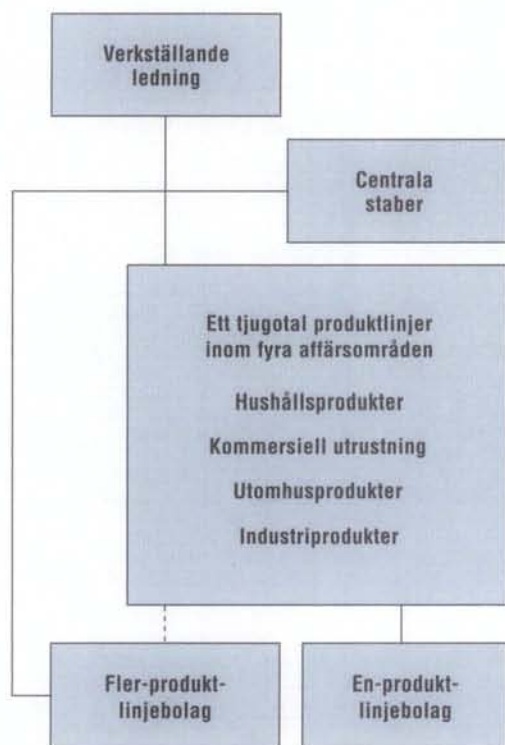
Anders Scharp, ordförande
och koncernchef
Leif Johansson, VD
Lennart Ribohn, förste vice VD

Per-Olof Aronson, vice VD
Gunnar Bark, vice VD
Hans G. Bäckman, vice VD

Sven Stork, adjungerad

Centrala staber

Mats Agurén, Information och
Samhällskontakt
Johan Bygge, Ekonomi
Matts P. Ekman, Finans
Lars Eriksson, Revision
Per G. Hedström, Teknik
Håkan Johansson, Mergers &
Acquisitions
Per Linder, Personal och
Organisation
Leif Lindgren, Risk Management
och Ekonomiförvaltning
Ulf Magnusson, Juridik
Åsa Mattsson, Investor Relations
och Ekonomisk information



Ansvar för en produktlinjes verksamhet delas mellan produktlinjefe-
chefen och berörda bolagschefer. Bolag som endast är verksamma
inom en produktlinje, s k en-produktlinjebolag, rapporterar till respektive
produktlinjefe. Bolag med verksamhet som berör flera produktlinjer,
s k fler-produktlinjebolag, rapporterar primärt till den verkställande
ledningen.

Hushållsprodukter

Vitvaror

Leif Johansson

Dammsugare

Lennart Sundén

Fritidsprodukter

Sven Stork

Luftkonditionering

Hans G. Bäckman

Symaskiner

Thomas Svensk

Köks- och badrumssnickerier

Nils-Erik Danielsson, Europa
Paul Bertrand, USA

Kompressorer

Leonello Verduzio

Direktförsäljning

Göran Carlson

Kommersiell utrustning

Storköksutrustning

Aldo Sessegolo

Industriell tvättutrustning

Thorbjörn Larsson

Kommersiell kylutrustning

Börje Närman, Europa
John Humphreys, USA

Kommersiell städutrustning

Tommy Löwbäck

Utomhusprodukter

Skogs- och trädgårdsprodukter

Bengt Andersson, Husqvarna
Les Evans, Flymo
Hans G. Bäckman, Nordamerika

Lantbruksredskap

Lars-Göran Fasth

Industriprodukter

Gränges

Per-Olof Aronson

Utrustning för person- säkerhet i bilar

Materialhantering
Gunnar Bark

Gränges Metalock

Rune Widström

Godsskydd

Per Grunewald

Verkställande ledning



Anders Scharp

Styrelseordförande och koncernchef.
Född 1934, civ ing. Chef för kyllaboratoriet inom Elektro Helios 1960, produktionsdirektör i Electrolux 1969, teknisk chef och vice verkställande direktör 1974. Verkställande direktör i AB Electrolux 1981. Koncernchef 1986 och styrelseordförande 1991.
Aktieinnehav i AB Electrolux: 74.666 aktier.



Leif Johansson

Verkställande direktör.
Född 1951, civ ing. Verkställande direktör i Husqvarna Motorcyklar AB 1979, divisionschef i Facit AB 1981, verkställande direktör i Facit AB 1982, produktlinjechef för Vitvaror 1983, Luftkonditionering 1989 och Damm-sugare 1990, vice verkställande direktör i AB Electrolux 1988. Verkställande direktör 1991. Aktieinnehav i AB Electrolux: 11.435 aktier och 20.000 optioner.



Lennart Ribohn

Förste vice verkställande direktör.
Född 1943, fil kand. Koncerncontroller 1971, vice verkställande direktör i AB Electrolux 1981, förste vice verkställande direktör 1988. Aktieinnehav i AB Electrolux: 40.944 aktier och 20.000 optioner.



Per-Olof Aronson

Produktlinjechef för Gränges.
Född 1930, civ ing. Produktionschef i Svenska Metallverken AB inom Gränges-koncernen 1966, teknisk direktör i Gränges Aluminium 1975, verkställande direktör i Gränges AB och produktlinjechef 1983, vice verkställande direktör i AB Electrolux 1989. Aktieinnehav i AB Electrolux: 900 aktier och 20.000 optioner.



Gunnar Bark

Produktlinjechef för Person säkerhet i bilar och Materialhantering.
Född 1939, civ ing. Verkställande direktör i Gränges Weda AB och produktlinjechef för Bilbälten 1982, chef för Industrikomponenter och vice verkställande direktör i AB Electrolux 1989. Produktlinjechef för Materialhantering 1992. Aktieinnehav i AB Electrolux: 7.600 aktier och 20.000 optioner.



Hans G. Bäckman

Verkställande direktör i Frigidaire Company.
Född 1936, civ ing. Divisionschef i Husqvarna AB 1977, produktlinjechef för Skogs- och Trädgårdsprodukter 1983, vice verkställande direktör i AB Electrolux 1988 och verkställande direktör i Frigidaire Company, USA, 1991. Aktieinnehav i AB Electrolux: 21.700 aktier och 20.000 optioner.

Electrolux-aktien

Electrolux A- och B-aktier noteras sedan 1930 på Stockholms Fondbörs. B-aktien är även noterad på fondbörserna i London (sedan 1928), Genève (1955), Paris (1983), Zürich och Basel (1987) samt inom NASDAQ-systemet i USA (1987).

Vid utgången av 1993 var Electrolux börsvärde SEK 20,9 (17,4) miljarder.

Under året omsattes 41,9 miljoner Electrolux-aktier på Stockholms Fondbörs till ett värde av SEK 10,4 miljarder. Electrolux-aktien svarade därmed för drygt 3% av börsens totala aktieomsättning, som under 1993 uppgick till SEK 321 miljarder.

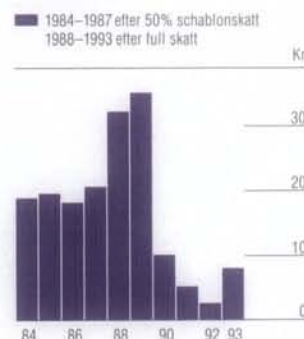
I London ökade det totala antalet omsatta Electrolux-aktier till 46,9 miljoner, och inom NASDAQ till 1,2 miljoner ADRs. Omsättningen på övriga börser var väsentligt lägre.

Börskurs och eget kapital per aktie



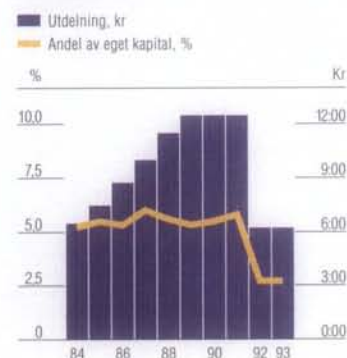
Vid utgången av 1993 värderades B-aktien till 123% av det egna kapitalet per aktie.

Vinst per aktie



Vinsten per aktie efter full skatt ökade 1993 till 8,00 kr från 2,50 kr föregående år.

Utdelning per aktie



Styrelsen har för 1993 föreslagit en oförändrad utdelning på 6,25 kr per aktie.

Aktiekapital och antal aktier

Antalet aktier i AB Electrolux uppgick per den 31 december 1993 till 2.000.000 A-aktier och 71.233.916 B-aktier, dvs totalt 73.233.916 st. Aktierna har ett nominellt värde på 25 kronor. Det totala aktiekapitalet uppgick till 1.830,8 Mkr.

A-aktien berättigar till 1 röst och B-aktien till 1/1000 röst. Alla aktier medför samma rätt till andel i bolagets tillgångar och vinst.

Utdelningspolitik

Styrelsen föreslår för 1993 en oförändrad utdelning på 6,25 kr per aktie. Så snart resultatutvecklingen tillåter är avsikten att utdelningen ska återställas till sin tidigare nivå. Målsättningen är att därefter uppnå en höjning i takt med tillväxten av eget kapital.

Effektiv avkastning

Den effektiva avkastningen anger den verkliga lönsamheten på en aktieplacering och består av erhållna utdelningar plus kursförändring.

Den genomsnittliga årliga effektiva avkastningen på en placering i Electrolux-aktier har under den senaste tioårsperioden uppgått till 13,8% (19,9). Motsvarande siffra för Stockholmsbörsen totalt var 15% (15,9).

Optioner till ledande befattningshavare

I december 1993 erbjöds ca 150 ledande befattningshavare sk indexoptioner. Totalt utfärdades 506.000 optioner, som prissatts på marknadsmässiga villkor per den 10 december 1993. Priset per option var 35 kronor. Lösenpriset är 450 kronor och löptiden 8 år.

Optionernas värde relateras till ett index baserat på Electrolux-aktiens utveckling. De kan ej utnyttjas för köp av aktier i bolaget utan inlöses kontant. Förändringen i indexoptionernas värde resultatförs i Electrolux vid varje bokslut.

Electrolux Allemansfond

De anställda vid koncernens svenska bolag har sedan april 1984 erbjudits möjlighet att spara i Electrolux-aktier genom Electrolux Allemansfond.

Vid utgången av 1993 hade fonden 2.485 andelsägare, som tillsammans representerade 180.000 aktier. Lån till de anställda för aktieförvärv uppgick till 5,1 Mkr.

De största aktieägarna	Antal aktier	% av aktiekapital	% av röstetal
Nordbankens aktiefonder	4.009.450	5,47	0,19
Fjärde AP-fonden	3.924.354	5,36	0,19
Incentive	3.769.076	5,15	48,41
Försäkringsbolaget SPP	3.116.361	4,26	0,15
Livförsäkrings AB Skandia	2.285.839	3,12	0,11
Abu Dhabi Investment Authority	2.000.000	2,73	0,10
Trygg-Hansa Liv	1.712.665	2,34	0,08
S-E-Bankens aktiefonder	1.333.065	1,82	0,06
Folksam	1.325.000	1,81	0,06
Handelsbankens aktiefonder	1.055.850	1,44	0,05
Fond 92-94	1.000.000	1,37	0,05
Investor	936.478	1,28	45,21

Källa utgör offentlig aktiebok för AB Electrolux från Värdepapperscentralen VPC AB per december 1993.

Av det totala aktiekapitalet per den 31 december 1993 ägdes ca 40% av svenska institutioner och drygt 30% av utländska placerare.

Aktiekurs och omsättning på Stockholms Fondbörs 1989–februari 1994



Källa: Findata

Data per aktie 1984–1993	1993	1992	1991	1990	1989	1988	1987	1986	1985	1984
Börskurs vid årets slut, kr ¹⁾	284	238	218	160	280	293	193	311	194	121
Kursförändring under året, %	19	9	36	-43	-4	52	-38	60	60	2
Eget kapital per aktie, kr ²⁾	230	229	215	226	232	203	164	161	131	115
Börskurs/Eget kapital, % ²⁾	123	104	101	71	121	154	118	193	148	105
Utdelning, kr	6:25 ³⁾	6:25	12:50	12:50	12:50	11:50	10:00	8:75	7:50	6:50
Direktavkastning, %	2,2	2,6	5,7	7,8	4,5	3,9	5,2	2,8	3,9	5,4
Vinst per aktie efter full skatt, kr ²⁾	8:00	2:50	5:20	10:10	35:20	32:30	20:60	18:20	19:60	18:90
P/E-tal ⁴⁾	35,5	95,2	41,9	15,8	8,0	9,1	6,7	12,1	6,4	4,7

1) Sist betalt för B-aktien.

2) Ändrad redovisningsprincip från 1989 med justering av jämförelsesiffran för 1988. Se sid 41.

3) Enligt styrelsens förslag.

4) Börskurs i relation till vinst per aktie efter full konvertering. För åren 1988–1993 beräknat på vinst per aktie efter full skatt och för åren 1984–1987 på vinst per aktie efter betald skatt enligt partialmetoden.

Förändring av aktiekapitalet 1984–1993

	Totalt aktiekapital Mkr	Varav genom konvertering av förlagslån	
1984	1.369	61	
1985	1.512	143	Split 2:1
1986	1.775	63	Nyemission ¹⁾
1987	1.803	28	
1988	1.812	9	
1989	1.818	6	
1990	1.831	13	
1991	1.831	–	
1992	1.831	–	
1993	1.831	–	

1) Nyemission av 8 miljoner B-aktier i utlandet, totalt nominellt 200 Mkr.

Fördelning av aktieinnehav i AB Electrolux

Innehav av aktier	Antal aktieägare	% av antal aktieägare
1–1.000	63.356	96,4
1.001–10.000	1.991	3,0
10.001–100.000	271	0,4
100.001–	102	0,2
Totalt	65.720	100,0

Källa utgör offentlig aktiebok för AB Electrolux från Värdepapperscentralen VPC AB per december 1993.

Antalet omsatta Electrolux-aktier i Stockholm, London och New York

Tusental	1993	1992
Stockholm	41.870	30.711
London	46.850	36.747
New York ¹⁾	1.231	729

1) American Depositary Receipts (ADRs). En ADR motsvarar en B-aktie.

Försäljning och anställda* per land

EFTA	1993		1992		1993	1992
	Försäljning Mkr	% av koncernen	Försäljning Mkr	% av koncernen		
Sverige	8.029	8,0	8.088	10,1	15.118	16.202
Schweiz	2.146	2,2	1.731	2,2	1.610	1.726
Norge	1.515	1,5	1.249	1,6	913	928
Finland	1.233	1,2	1.070	1,3	963	1.092
Österrike	1.153	1,2	946	1,1	1.016	1.061
Island	18	0,0	13	—	—	—
Totalt	14.094	14,1	13.097	16,3	19.620	21.009

EU	1993		1992		1993	1992
	Försäljning Mkr	% av koncernen	Försäljning Mkr	% av koncernen		
Tyskland	12.803	12,8	9.990	12,4	5.753	6.640
Storbritannien	7.900	7,9	6.757	8,4	7.758	8.537
Frankrike	7.212	7,2	6.048	7,5	4.843	5.965
Italien	5.026	5,0	5.018	6,2	12.341	12.599
Spanien	3.125	3,1	3.367	4,2	5.097	5.714
Danmark	2.388	2,4	2.096	2,6	3.291	3.593
Nederländerna	1.986	2,0	1.536	1,9	1.162	1.161
Belgien	1.509	1,5	1.038	1,3	244	240
Irland	364	0,4	280	0,4	58	62
Portugal	246	0,2	246	0,3	77	75
Grekland	180	0,2	152	0,2	—	—
Luxemburg	47	0,0	44	0,1	671	681
Totalt	42.786	42,7	36.572	45,5	41.295	45.267

Övriga Europa	1993		1992		1993	1992
	Försäljning Mkr	% av koncernen	Försäljning Mkr	% av koncernen		
Ungern	709	0,7	480	0,6	3.303	3.506
Polen	303	0,3	125	0,2	71	6
Ryssland	266	0,3	789	0,9	4	—
Turkiet	266	0,3	150	0,2	15	—
Tjeckien	260	0,2	174	0,2	136	93
Övriga	430	0,4	151	0,2	22	6
Totalt	2.234	2,2	1.869	2,3	3.551	3.611

Nordamerika	1993		1992		1993	1992
	Försäljning Mkr	% av koncernen	Försäljning Mkr	% av koncernen		
USA	29.551	29,5	20.255	25,2	27.343	26.297
Kanada	2.579	2,6	2.182	2,7	1.339	1.714
Totalt	32.130	32,1	22.437	27,9	28.682	28.011

Latinamerika	1993		1992		1993	1992
	Försäljning Mkr	% av koncernen	Försäljning Mkr	% av koncernen		
Mexiko	555	0,6	389	0,5	1.964	2.211
Brasilien	398	0,4	269	0,4	3.412	4.449
Argentina	227	0,2	120	0,1	—	—
Colombia	140	0,1	97	0,1	795	903
Venezuela	113	0,1	117	0,1	917	1.253
Chile	110	0,1	87	0,1	322	304
Peru	89	0,1	99	0,1	1.037	1.173
Övriga	764	0,8	542	0,7	856	800
Totalt	2.396	2,4	1.720	2,1	9.303	11.093

Asien	1993		1992		1993	1992
	Försäljning Mkr	% av koncernen	Försäljning Mkr	% av koncernen		
Japan	954	1,0	618	0,8	957	887
Thailand	540	0,5	330	0,4	2.538	2.593
Saudi arabien	494	0,5	432	0,5	886	816
Malaysia	373	0,4	244	0,3	1.426	1.382
Folkrep. Kina	298	0,3	106	0,1	—	—
Taiwan	275	0,3	210	0,3	608	549
Iran	202	0,2	155	0,2	—	—
Hong Kong	195	0,2	165	0,2	83	67
Indonesien	191	0,2	142	0,2	2.109	1.945
Singapore	128	0,1	85	0,1	278	260
Sydkorea	126	0,1	107	0,1	170	329
För. Arabemiraten	121	0,1	108	0,1	—	—
Kuwait	97	0,1	112	0,1	—	—
Övriga	575	0,6	504	0,7	2.129	1.680
Totalt	4.569	4,6	3.318	4,1	11.184	10.508

Afrika	1993		1992		1993	1992
	Försäljning Mkr	% av koncernen	Försäljning Mkr	% av koncernen		
	732	0,7	548	0,7	—	—

Oceanien	1993		1992		1993	1992
	Försäljning Mkr	% av koncernen	Försäljning Mkr	% av koncernen		
Australien	928	0,9	694	0,9	900	1.496
Nya Zeeland	225	0,2	155	0,2	181	153
Övriga	27	0,1	26	0,0	—	—
Totalt	1.180	1,2	875	1,1	1.081	1.649

Koncernen totalt	1993		1992		1993	1992
	Försäljning Mkr	% av koncernen	Försäljning Mkr	% av koncernen		
	100.121		80.436		114.716	121.148

* Genomsnittligt antal per år.

Tio år i sammandrag

Belopp i Mkr, där ej annat anges	1993	1992	1991	1990	1989	1988	1987	1986	1985	1984	Genomsnittlig tillväxt i %	
											5 år	10 år
Försäljning och resultat												
Försäljning	100.121	80.436	79.027	82.434	84.919	73.960	67.430	53.090	39.688	34.547	6,2	12,0
Rörelseresultat efter avskrivningar	3.265	2.250	2.588	3.248	5.281	4.897	4.225	3.321	3.137	3.117	–	–
Resultat efter finansiella poster	1.570	1.016	1.031	1.409	3.608	3.727	3.060	2.583	2.576	2.470	–	–
Nettovinst ¹⁾	584	183	377	741	2.579	2.371	–	–	–	–	–	–
Finansiell ställning												
Balansomslutning	77.647	71.618	62.329	65.793	63.298	56.840	48.470	48.181	29.524	26.281	6,4	12,7
Nettotillgångar ²⁾	–	–	–	–	–	31.690	24.804	27.123	16.488	14.854	–	–
Nettotillgångar ¹⁾	42.568	41.728	35.521	39.347	38.623	30.863	–	–	–	–	6,1	12,1
Kundfordringar ³⁾	18.522	16.509	13.893	14.707	14.547	13.728	12.183	11.885	7.864	6.764	6,2	11,3
Varulager	16.698	15.883	14.955	16.042	16.409	14.359	12.169	12.431	8.238	8.032	3,1	8,3
Riskbärande kapital	18.706	18.703	17.555	18.599	19.062	17.408	14.783	14.312	10.785	9.210	1,4	9,2
Justerat eget kapital ²⁾	–	–	–	–	–	13.893	11.941	11.659	8.306	6.903	–	–
Eget kapital ¹⁾	16.853	16.772	15.758	16.565	17.025	14.873	–	–	–	–	3,9	11,5
Uppgifter per aktie, kr												
Vinst per aktie, 50% schablonskatt	–	–	–	–	–	24,90	20,60	18,20	19,60	18,90	–	–
Vinst per aktie, full skatt ¹⁾	8:00	2:50	5:20	10:10	35:20	32:30	–	–	–	–	–	–
Nettovinst per aktie enligt US GAAP ⁴⁾	7:20	2:60	5:50	11:20	31:20	28:60	25:00	24:80	22:20	22:20	–	–
Nettovinst per aktie enligt US GAAP ⁵⁾	5:10	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Riskbärande kapital per aktie	255	256	240	254	260	238	202	197	169	150	1,4	7,0
Justerat eget kapital per aktie ²⁾	–	–	–	–	–	190	164	161	131	115	–	–
Eget kapital per aktie ¹⁾	230	229	215	226	232	203	–	–	–	–	–	–
Utdelning per aktie korrigerat för emissioner ⁶⁾	6:25	6:25	12:50	12:50	12:50	11:50	10:00	8:75	7:50	6:50	–11,5	1,3
Börskurs B-aktien vid årets slut ⁸⁾	284	238	218	160	280	293	193	311	194	121	–0,6	9,1
Nyckeltal, %												
Avkastning på eget kapital, 50% schablonskatt	–	–	–	–	–	15,3	12,9	13,3	17,6	20,9	–	–
Avkastning på eget kapital ¹⁾	3,5	1,2	2,3	4,3	17,3	18,6	–	–	–	–	–	–
Avkastning på nettotillgångar ²⁾	–	–	–	–	–	17,9	16,0	15,2	20,0	21,9	–	–
Avkastning på nettotillgångar ¹⁾	7,5	6,0	6,7	8,2	14,7	17,4	–	–	–	–	–	–
Nettotillgångar i % av försäljning ²⁾⁷⁾⁹⁾	–	–	–	–	–	41,8	36,8	43,1	41,5	43,0	–	–
Nettotillgångar i % av försäljning ¹⁾⁷⁾⁹⁾	40,9	46,1	45,0	48,6	46,9	40,7	–	–	–	–	–	–
Kundfordringar i % av försäljning ⁷⁾⁹⁾	17,8	18,2	17,6	18,0	17,7	18,1	18,1	18,9	19,8	19,6	–	–
Varulager i % av försäljning ⁷⁾⁹⁾	16,1	17,5	18,9	19,7	19,9	19,0	18,0	19,7	20,8	23,2	–	–
Räntetäckningsgrad, ggr	1,38	1,26	1,32	1,46	2,29	2,88	2,60	2,56	3,17	3,29	–	–
Andel riskbärande kapital	27,0	29,5	31,2	30,5	32,2	32,9	32,4	31,9	40,0	37,9	–	–
Soliditet ²⁾	–	–	–	–	–	26,3	26,1	26,1	30,8	28,4	–	–
Soliditet ¹⁾	24,3	26,4	28,0	27,2	28,7	28,1	–	–	–	–	–	–
Utdelning i % av justerat eget kapital ²⁾	–	–	–	–	–	6,0	6,0	5,3	5,5	5,2	–	–
Utdelning i % av eget kapital ¹⁾	2,7	2,7	5,8	5,5	5,3	5,6	–	–	–	–	–	–
Statistikuppgifter												
Investeringar i fastigheter, inventarier och verktyg, brutto ¹⁰⁾	3.727	3.737	3.704	4.444	6.237	5.292	3.788	8.736	2.401	1.694	–	–
exkl ingångsvärde för under året förvärvade bolag ¹⁰⁾	3.682	3.623	3.414	4.018	5.389	4.772	3.485	3.005	1.808	1.615	–5,1	10,5
Investeringar i % av försäljning	3,7	4,5	4,3	4,9	6,3	6,5	5,2	5,7	4,6	4,7	–	–
Genomsnittligt antal anställda	114.700	121.200	134.200	150.900	152.900	147.200	140.500	129.900	91.100	87.000	–4,9	2,9
Löner och ersättningar	18.691	15.902	15.507	17.213	17.458	15.257	14.427	11.164	8.320	7.283	4,1	10,6
Antal aktieägare	65.700	68.100	70.000	74.000	68.000	70.000	70.000	59.000	52.000	52.000	–	–

1) Avseende uppdelning mellan latent skatt och eget kapital för åren 1988 och framåt, se även "Redovisnings- och värderingsprinciper", sid 41.

2) Beräknat med 50% skatt på dispositioner och obeskattade reserver.

3) Kundfordringar t o m 1984 har ökat med kundfordringar överlåtna till factoring i separat finansbolag.

4) Före införandet av FAS 106 och FAS 109 under 1993.

5) Nettovinst efter införandet av FAS 106 och FAS 109.

6) För 1993, styrelsens förslag.

7) Försäljningen annualiserad fr o m 1986.

8) Sist betalt för B-aktien.

9) 1992 och 1993 års siffror rensade för valutaeffekt.

10) 1992 och 1993 års siffror omräknade till snittkurs för året.



Lilla Essingen • 105 45 Stockholm

Telefon 08-738 60 00 • Telex 11600 Elhead S • Telefax 08-656 44 78, 656 66 92