

## RAPPORT FÖR FÖRSTA KVARTALET 2001

Stockholm den  
25 april 2001  
Sid 1 (14)

**-Rörelseresultatet minskade med 10% jämfört med ett starkt första kvartal föregående år, vinsten per aktie sjönk 5%**

<i>Siffror i Mkr, om ej annat angivits</i>	<b>Första kvartalet 2001</b>	Första kvartalet 2000	Förändring
<b>Nettoomsättning</b>	<b>33.670</b>	31.229	8%
<b>Rörelseresultat<sup>1)</sup></b>	<b>1.852</b>	2.050	-10%
<i>Marginal, %</i>	<b>5,5</b>	6,6	
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>1.499</b>	1.786	-16%
<i>Marginal, %</i>	<b>4,5</b>	5,7	
<b>Nettoresultat per aktie, kr<sup>2)</sup></b>	<b>3:10</b>	3:25	-5%
<b>Värdeskapande<sup>3)</sup></b>	<b>290</b>	691	-401
<b>Avkastning på eget kapital, %</b>	<b>16,2</b>	18,4	

1) I rörelseresultatet föregående år ingår en realisationsvinst på 241 Mkr och en reservering på ett motsvarande belopp för strukturåtgärder inom Professionella Inomhusprodukter.

2) Beräknat på det genomsnittliga antalet aktier efter återköp, som för perioden uppgick till 341,1 miljoner.

3) Se definition på sid. 3.

- **Lägre efterfrågan i USA, fortsatt tillväxt på marknaderna i Europa, Latinamerika och Asien**
- **Sämre rörelseresultat för Konsumentprodukter och Professionella Inomhusprodukter**
- **Högre resultat för Professionella Utomhusprodukter**
- **Tidigare aviserade strukturåtgärder och kostnadsanpassningar fortgår planligt**
- **Förvärvet av Email, Australiens största vitvaruföretag slutfördes i februari**

### **Nettoomsättning och resultat**

Electrolux nettoomsättning för första kvartalet 2001 uppgick till 33.670 Mkr jämfört med 31.229 Mkr motsvarande period föregående år. Av ökningen på 8% kan 3% hänföras till förändringar i koncernens struktur, 8% till förändrade valutakurser och -3% till pris/mix/volym.

Rörelseresultatet minskade med 10% till 1.852 Mkr (2.050), motsvarande 5,5% (6,6) av omsättningen. Resultatet efter finansiella poster sjönk med 16% till 1.499 Mkr (1.786), vilket motsvarade 4,5% (5,7) av omsättningen. Nettoresultatet minskade med 10% till 1.066 Mkr (1.188), motsvarande 3:10 kr (3:25) per aktie.

I ovan nämnda resultatsiffror för 2000 ingår en realisationsvinst på 241 Mkr från försäljningen av en verksamhet inom professionell kylutrustning och en reservering på ett motsvarande belopp för strukturåtgärder inom Professionella Inomhusprodukter.

Förändringen av valutakurser under perioden, avseende både transaktions- och omräkningseffekter, hade endast en mindre, positiv påverkan på resultatet efter finansiella poster.

Finansnettot försämrades genom en ökning av nettoupplåningen till följd av återköpen av aktier och förvärvet av Email, samt negativa omräkningseffekter avseende räntekostnaderna för koncernens stora andel lån i dollar.

### **Kassaflöde**

Kassaflödet från den löpande verksamheten, rensat för valutakursförändringar, uppgick till -899 Mkr (-2.543). Förbättringen kan främst hänföras till förändringen av rörelsekapitalet. Kassaflödet inklusive investeringsverksamheten försämrades till följd av förvärvet av Email, medan intäkten från försäljningen av professionell kylutrustning ingick föregående år.

Första halv året kännetecknas traditionellt av ett svagt kassaflöde till följd av en uppbyggnad av lager och kundfordringar inför en säsongsmässig försäljningsökning inom utomhusprodukter, utrustning för luftkonditionering samt kyl- och frysprodukter.

### **Eget kapital och skuldsättningsgrad**

Eget kapital uppgick per den 31 mars 2001 till 28.417 Mkr (26.390), vilket motsvarade 83:30 kr (72:10) per aktie. Avkastningen på eget kapital var 16,2% (18,4).

De genomsnittliga nettotillgångarna för perioden ökade till 42.760 Mkr (37.510), främst beroende på konsolideringen av Email och valutakurseffekter vid omräkningen till svenska kronor. Avkastningen på nettotillgångarna var 17,3% (21,9).

Nettoupplåningen ökade till 22.797 Mkr (15.539), vilket huvudsakligen berodde på förvärvet av Email och återköpen av egna aktier som påbörjades i juni 2000. Skuldsättningsgraden försämrades till 0,78 (0,57).

Likvida medel uppgick vid periodens slut till 10.956 (8.552).

### Värdeskapande

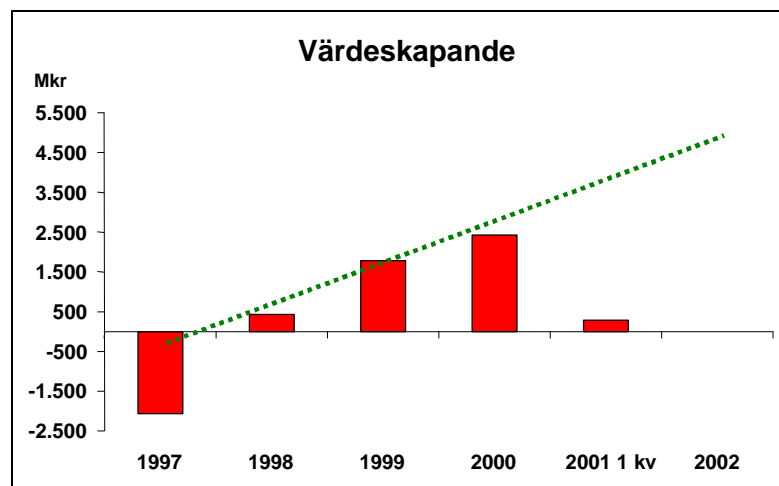
Under första kvartalet 2001 skapade koncernen totalt 290 Mkr (691) i värde, vilket är 401 Mkr mindre än motsvarande period föregående år.

Minskningen beror främst på en försämring av rörelsemarginalen till 5,5% (6,6) till följd av lägre försäljning i USA, prispress och högre materialkostnader. En betydande resultatnedgång för produktlinje komponenter hade också en negativ påverkan. Kapitalomsättningshastigheten försämrades till 3,02 från 3,22 föregående år.

Tabellen nedan visar värdeskapandet per affärsområde för perioden.

Mkr	Första kvartalet 2001	Första kvartalet 2000	Förändring
<b><i>Konsumentprodukter</i></b>			
Europa	133	273	-140
Nordamerika	266	466	-200
Övriga världen	-256	-327	71
<i>Konsumentprodukter totalt</i>	<i>143</i>	<i>412</i>	<i>-269</i>
<b><i>Professionella produkter</i></b>			
Inomhusprodukter	108	205	-97
Utomhusprodukter	230	212	18
<i>Professionella produkter totalt</i>	<i>338</i>	<i>417</i>	<i>-79</i>
Koncerngemensamma kostnader, m m	-191	-138	-53
<b>Totalt</b>	<b>290</b>	<b>691</b>	<b>-401</b>

Med värde menas rörelseresultatet exklusive jämförelsestörande poster minskat med en vägd, genomsnittlig kapitalkostnad (WACC) beräknad på koncernens genomsnittliga nettotillgångar. Koncernens WACC har beräknats till 14% före skatt.



Måsåttningen för perioden 2000-2002 är att uppnå en genomsnittlig årlig tillväxt i värde på minst 1.000 Mkr.

## Utvecklingen per affärsområde

### *Konsumentprodukter*

Marknaden för vitvaror i Västeuropa ökade i volym med cirka 1% jämfört med första kvartalet föregående år. Koncernens verksamhet inom Electrolux Home Products i Europa uppnådde en god volymökning, framför allt vad gäller stora kunder. Rörelseresultatet försämrades dock, främst till följd av högre kostnader för material och insatsvaror. Devalveringen av den turkiska liran hade också en negativ påverkan.

Den amerikanska marknaden för vitvaror minskade i volym med cirka 7% och med cirka 8% inklusive utrustning för luftkonditionering och mikrovågsugnar. Koncernens försäljning av vitvaror genom Electrolux Home Products i Nordamerika var lägre än föregående år och rörelseresultatet försämrades väsentligt.

Efterfrågan på vitvaror i Brasilien visade en uppgång och koncernen hade en mycket god volymutveckling. Rörelseresultatet för den brasilianska verksamheten inom vitvaror förbättrades väsentligt och var positivt. Koncernen hade också en god volymökning inom vitvaror i Kina och Asean-länderna, medan försäljningen i Indien var lägre än föregående år. Totalt sett förbättrades resultatet väsentligt för vitvaror utanför Europa och Nordamerika, men var fortfarande negativt exklusive den nyförvärvade Email-verksamheten som konsoliderades fr o m den 1 februari.

Marknaden för dammsugare minskade något i volym i både Europa och USA. Koncernen uppnådde en ökad försäljningsvolym i Europa, medan försäljningen för den amerikanska verksamheten var lägre än föregående år. Totalt sett var rörelseresultatet för produktlinje dammsugare oförändrat, dock med en lägre marginal till följd av en försämrad produktmix.

Inom utomhusprodukter för konsumentmarknaden har säsongen startat sent i både Europa och USA till följd av det kalla vädret. Koncernens försäljning i Europa var lägre än föregående år och rörelseresultatet visade en markant nedgång.

I USA ökade koncernens försäljning av utomhusprodukter jämfört med föregående år och rörelseresultatet förbättrades.

Totalt sett ökade försäljningen för affärsområdet Konsumentprodukter jämfört med första kvartalet föregående år, men rörelseresultatet och marginalen försämrades.

### *Professionella inomhusprodukter*

Efterfrågan på storköksutrustning i Europa var i stort sett oförändrad. Koncernens försäljning ökade inom flera produktområden men minskade inom bageriutrustning. Rörelseresultatet var något lägre än föregående år.

Försäljningen av tvättutrustning ökade något för jämförbara enheter. Rörelseresultatet förbättrades, främst dock till följd av att en olönsam verksamhet avyttrats under senare delen av 2000.

Efterfrågan på absorptionskyllskåp och annan utrustning för sk fritidsfordon ökade i Europa men minskade i Nordamerika. Försäljningen för produktlinje fritidsprodukter visade totalt sett en ökning och rörelseresultatet förbättrades.

Efterfrågan på kompressorer var lägre än föregående år, framför allt vad gäller den amerikanska marknaden. Koncernen uppnådde totalt sett en något högre försäljningsvolym. Rörelseresultatet försämrades väsentligt på grund av neddragningar i tillverkningen för att minska lagernivån.

Totalt sett ökade försäljningen för affärsområdet Professionella inomhusprodukter jämfört med första kvartalet föregående år, men rörelseresultatet och marginalen försämrades.

#### *Professionella utomhusprodukter*

Efterfrågan på professionella motorsågar ökade i USA men minskade väsentligt i Europa. Den europeiska marknaden kännetecknades föregående år av en stark tillväxt till följd av stormar i början av året. Koncernens försäljning av motorsågar minskade totalt sett jämfört med första kvartalet 2000.

Inom utrustning för professionell trädgårdsskötsel ökade koncernens leveranser under försäsongen jämfört med föregående år. Försäljningen av kapmaskiner och diamantverktyg minskade i USA men ökade på övriga marknader.

Totalt sett visade försäljningen för Professionella Utomhusprodukter god tillväxt jämfört med föregående år. Rörelseresultatet förbättrades, dock med en försämrad marginal på grund av förändringen av produktmixen med en lägre andel sågar.

#### **Större förändringar i koncernen**

Förvärvet av hushållsdivisionen inom Email Ltd i Australien slutfördes per den 19 februari 2001. Email är den största tillverkaren av vitvaror i Australien med en årsomsättning på cirka 4.700 Mkr och cirka 4.500 anställda. Marknadsandelen i Australien uppgår till närmare 60% och knappt 30% i Nya Zeeland. Den slutliga köpeskillingen är cirka 440 miljoner AUD (cirka 2.270 Mkr).

Email konsoliderades från och med 1 februari 2001 och ingår i bokslutet för första kvartalet med 780 Mkr i försäljning, 51 Mkr i rörelseresultat och 2.166 Mkr i nettotillgångar.

I slutet av Mars 2001 träffades avtal om försäljning av 90% av aktieinnehavet i det helägda italienska finansbolaget, Veneta Factoring S.p.A., vilket kommer att minska koncernens nettoupplåning med cirka 2.700 Mkr.

### *Pågående strukturförändringar och kostnadsanpassningar*

De tidigare i år aviserade åtgärderna för att uppnå kostnadsanpassningar fortgår planenligt. Åtgärderna omfattar huvudsakligen en anpassning av organisationen inom vitvaror i både Europa och Nordamerika, konsolidering av produktionen inom dammsugare i Europa samt rationalisering av koncernens IT-struktur.

Per den 31 mars 2001 hade cirka 230 Mkr utnyttjats av den reservering på 883 Mkr, som gjordes under fjärde kvartalet föregående år. De hittills genomförda åtgärderna kan främst hänföras till vitvaror i Nordamerika och Europa och har inneburit en minskning av antalet anställda med cirka 800 personer. Förändringarna har medfört besparingar på cirka 60 Mkr.

### **Moderbolaget AB Electrolux**

Moderbolagets nettoomsättning uppgick första kvartalet 2001 till 1.808 Mkr (1.768). Resultatet efter finansiella poster var -81 Mkr (2.324), vilket inkluderar utdelningar från dotterbolag på 400 Mkr (2.592).

Investeringarna var 32 Mkr (41). De likvida medlen uppgick vid utgången av perioden till 4.500 Mkr (2.111) mot 2.701 Mkr vid årsskiftet.

### **Utdelning**

Bolagsstämman i AB Electrolux den 24 april 2001 beslutade om en höjning av utdelningen för 2000 till 4:00 kr (3:50) per aktie, motsvarande totalt 1.365 Mkr (1.282).

### **Återköp av egna aktier**

På bolagsstämman föregående år beslutades om ett program för återköp av upp till 10% av det totala antalet aktier under perioden fram till nästa bolagsstämma år 2001. Per den 31 december 2000 hade koncernen återköpt 25.035.000 B-aktier för totalt 3.190 Mkr till ett genomsnittligt pris per aktie på 127:40 kr.

Under första kvartalet 2001 har inga förvärv av egna aktier genomförts. Koncernen äger därmed fortfarande 6,84% av det totala antalet aktier, motsvarande ett totalt nominellt värde på 125 Mkr. Koncernen har ingen rösträtt för dessa aktier. Det totala antalet aktier i AB Electrolux uppgår till 366.169.580.

På bolagsstämman den 24 april 2001 beslutades om ett förnyat bemyndigande för styrelsen avseende förvärv och överlåtelse av egna A- och/eller B-aktier upp till 10% av det totala antalet aktier, vilket innebär möjlighet att återköpa upp till 3,16% av det totala antalet. Bemyndigandet avser perioden fram till nästa ordinarie bolagsstämma.

Återköpen kommer att ske med hänsyn till målsättningen att koncernens skuldsättningsgrad inte ska överstiga 0,80.

**Förväntningar på resten av 2001**

Förväntningarna på resten av 2001 är oförändrade, vilket innebär att koncernen bör kunna uppnå en förbättring av rörelseresultatet, exklusive jämförelsestörande poster och värdeskapandet för helåret 2001.

Stockholm den 25 april 2001

Michael Treschow  
VD och koncernchef

<b>Koncernens resultaträkning, Mkr</b>	<b>Första kvartalet 2001</b>	<b>Första kvartalet 2000</b>	<b>Helår 2000</b>
<b>Nettoomsättning</b>	<b>33.670</b>	31.229	124.493
Kostnad för sålda varor	-25.895	-23.400	-93.549
Försäljningskostnader	-4.333	-4.247	-17.092
Administrationskostnader	-1.536	-1.537	-5.585
Övriga rörelseintäkter/kostnader	-54	5	-217
Jämförelsestörande poster	-	-	-448
<b>Rörelseresultat*</b>	<b>1.852</b>	2.050	7.602
<i>Marginal, %</i>	<i>5,5</i>	<i>6,6</i>	<i>6,1</i>
Finansiella poster, netto	-353	-264	-1.072
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>1.499</b>	1.786	6.530
<i>Marginal, %</i>	<i>4,5</i>	<i>5,7</i>	<i>5,2</i>
Skatt	-487	-620	-2.121
Minoritetens andel i nettoresultat	54	22	48
<b>Nettoresultat</b>	<b>1.066</b>	1.188	4.457
<i>* I beloppet ingår avskrivningar med:</i>	<i>-985</i>	<i>-923</i>	<i>-3.810</i>
	<b>3:10</b>	3:25	12:40
Nettoresultat per aktie, kr			
Antal aktier efter återköp, miljoner	<b>341,1</b>	366,2	341,1
Genomsnittligt antal aktier efter återköp, miljoner	<b>341,1</b>	366,2	359,1

<b>Koncernens balansräkning, Mkr</b>	<b>31 mars 2001</b>	<b>31 mars 2000</b>	<b>Helår 2000</b>
<b>Tillgångar</b>			
Anläggningstillgångar	<b>33.228</b>	27.095	29.680
Varulager, m m	<b>20.697</b>	16.940	16.880
Kundfordringar	<b>28.486</b>	26.083	23.214
Övriga fordringar	<b>9.104</b>	5.903	9.093
Likvida medel	<b>10.956</b>	8.552	8.422
<b>Summa tillgångar</b>	<b>102.471</b>	84.573	87.289
<b>Eget kapital och skulder</b>			
Eget kapital	<b>28.417</b>	26.390	26.324
Minoritetsintressen	<b>747</b>	813	810
Räntebärande skulder och avsättningar	<b>33.753</b>	24.091	25.398
Icke räntebärande skulder och avsättningar	<b>39.554</b>	33.279	34.757
<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>102.471</b>	84.573	87.289
Ansvarsförbindelser	<b>1.305</b>	-	1,325



<b>Förändring av eget kapital, Mkr</b>	<b>Första kvartalet 2001</b>	<b>Första kvartalet 2000</b>	<b>Helår 2000</b>
Ingående balans	26.324	25.781	25.781
Utdelning	-	-	-1.282
Återköp av aktier	-	-	-3.193
Omräkningsdifferenser	1.027	-579	561
Nettoresultat	1.066	1.188	4.457
Utgående balans	28.417	26.390	26.324

<b>Koncernens kassaflödesanalys, Mkr</b>	<b>Första kvartalet 2001</b>	<b>Första kvartalet 2000</b>	<b>Helår 2000</b>
<b>Den löpande verksamheten</b>			
Resultat efter finansiella poster	1.499	1.786	6.530
Planenliga avskrivningar som belastat ovanstående resultat	985	923	3.810
Avsättningar och realisationsvinster/förluster	-232	-21	628
Betald skatt	-405	-151	-2.329
Förändring av rörelsekapitalet	-2.746	-5.080	-2.540
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>-899</b>	<b>-2.543</b>	<b>6.099</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>			
Investeringar/avyttringar av verksamheter samt varumärke	-2.274	1.170	180
Investeringar	-1.053	-924	-4.423
Övrigt	143	327	876
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-3.184</b>	<b>573</b>	<b>-3.367</b>
Utdelning	-	-	-1.282
Återköp av egna aktier	-	-	-3.193
<b>Kassaflöde efter utdelning</b>	<b>-4.083</b>	<b>-1.970</b>	<b>-1.743</b>
Förändring av räntebärande skulder	6.728	351	-422
<b>Årets kassaflöde</b>	<b>2.645</b>	<b>-1.619</b>	<b>-2.165</b>
<b>Likvida medel vid årets början</b>	<b>8.422</b>	<b>10.312</b>	<b>10.312</b>
<b>Kursdifferens i likvida medel</b>	<b>-111</b>	<b>-141</b>	<b>275</b>
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>	<b>10.956</b>	<b>8.552</b>	<b>8.422</b>

#### **Förändring av nettoupplåningen**

Årets kassaflöde exkl. förändring av lån	-4.083	-1.970	-1.743
Nettoupplåning i början av året	-16.976	-13.423	-13.423
Kursdifferenser på nettoupplåningen	-1.738	-146	-1.810
Nettoupplåning vid periodens slut	-22.797	-15.539	-16.976

<b>Nettoomsättning per affärsområde, Mkr</b>	<b>Första kvartalet 2001</b>	Första kvartalet 2000	Helår 2000
<b>Konsumentprodukter</b>			
Europa	<b>10.901</b>	10.308	42.704
Nordamerika	<b>12.308</b>	12.351	46.581
Övriga världen	<b>3.233</b>	1.951	9.203
<b>Konsumentprodukter totalt</b>	<b>26.442</b>	24.610	98.488
<b>Professionella produkter</b>			
Inomhusprodukter	<b>4.584</b>	4.398	17.561
Utomhusprodukter	<b>2.525</b>	2.140	8.039
<b>Professionella produkter totalt</b>	<b>7.109</b>	6.538	25.600
Övrigt	<b>119</b>	81	405
<b>Totalt</b>	<b>33.670</b>	31.229	124.493

<b>Rörelseresultat per affärsområde, Mkr</b>	<b>Första kvartalet 2001</b>	Första kvartalet 2000	Helår 2000
<b>Konsumentprodukter</b>			
Europa	<b>447</b>	566	2.179
<i>Marginal, %</i>	<b>4,1</b>	5,5	5,1
Nordamerika	<b>807</b>	928	3.577
<i>Marginal, %</i>	<b>6,6</b>	7,5	7,7
Övriga världen	<b>45</b>	-71	23
<i>Marginal, %</i>	<b>1,4</b>	-3,6	0,2
<b>Konsumentprodukter totalt</b>	<b>1.299</b>	1.423	5.779
<i>Marginal, %</i>	<b>4,9</b>	5,8	5,9
<b>Professionella produkter</b>			
Inomhusprodukter	<b>328</b>	423	1.577
<i>Marginal, %</i>	<b>7,2</b>	9,6	9,0
Utomhusprodukter	<b>331</b>	309	1.153
<i>Marginal, %</i>	<b>13,1</b>	14,4	14,3
<b>Professionella produkter totalt</b>	<b>659</b>	732	2.730
<i>Marginal, %</i>	<b>9,3</b>	11,2	10,7
Koncerngemensamma kostnader, m m	<b>-106</b>	-105	-459
Jämförelsestörande poster	-	-	-448
<b>Totalt</b>	<b>1.852</b>	2.050	7.602

<b>Värdeskapande, Mkr</b>	<b>Första kvartalet 2001</b>	Första kvartalet 2000	Helår 2000
<b>Konsumentprodukter</b>			
Europa	<b>133</b>	273	986
Nordamerika	<b>266</b>	466	1.669
Övriga världen	<b>-256</b>	-327	-1.056
<b>Konsumentprodukter totalt</b>	<b>143</b>	412	1.599
<b>Professionella produkter</b>			
Inomhusprodukter	<b>108</b>	205	713
Utomhusprodukter	<b>230</b>	212	756
<b>Professionella produkter totalt</b>	<b>338</b>	417	1.469
Koncerngemensamma kostnader, m m	<b>-191</b>	-138	-645
<b>Totalt</b>	<b>290</b>	691	2.423

<b>Nyckeltal</b>	<b>Första kvartalet 2001</b>	Första kvartalet 2000	Helår 2000
Nettoresultat per aktie, kr <sup>1)</sup>	<b>3:10</b>	3:25	12:40
Avkastning på eget kapital, % <sup>2)</sup>	<b>16,2</b>	18,4	17,3
Avkastning på nettotillgångar, % <sup>3)</sup>	<b>17,3</b>	21,9	19,6
Skuldsättningsgrad <sup>4)</sup>	<b>0,78</b>	0,57	0,63
Investeringar, Mkr	<b>1.053</b>	924	4.423
Medeltal anställda	<b>87.800</b>	88.700	87.128

1) Antalet aktier uppgår efter återköp i genomsnitt till 341,1 miljoner.

2) Annualiserat nettoresultat i procent av ingående eget kapital.

3) Annualiserat rörelseresultat i procent av genomsnittliga nettotillgångar.

4) Nettoupplåningen, dvs räntebärande skulder minskade med likvida medel, i förhållande till justerat eget kapital. Justerat eget kapital definieras som eget kapital inklusive minoritetsintressen.

## Kvartalsuppgifter

### Nettoomsättning och resultat per kvartal

		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Nettoomsättning, Mkr	<b>2001</b>	<b>33.670</b>				
	2000	31.229	34.199	29.644	29.421	124.493
Rörelseresultat, Mkr	<b>2001</b>	<b>1.852</b>				
	<i>Marginal,%</i>	<b>5,5</b>				
	2000	2.050	2.453	1.830	1.269	7.602
	<i>Marginal,%</i>	6,6	7,2	6,2	4,3	6,1
	2000 <sup>1)</sup>	2.050	2.453	1.830	1.717	8.050
	<i>Marginal,%</i>	6,6	7,2	6,2	5,8	6,5
Resultat efter finansiella poster, Mkr	<b>2001</b>	<b>1.499</b>				
	<i>Marginal,%</i>	<b>4,5</b>				
	2000	1.786	2.285	1.504	955	6.530
	<i>Marginal,%</i>	5,7	6,7	5,1	3,2	5,2
	2000 <sup>1)</sup>	1.786	2.285	1.504	1.403	6.978
	<i>Marginal,%</i>	5,7	6,7	5,1	4,8	5,6
Nettoresultat, Mkr	<b>2001</b>	<b>1.066</b>				
	2000	1.188	1.510	1.018	741	4.457
	2000 <sup>1)</sup>	1.188	1.510	1.018	1.046	4.762
Nettoresultat per aktie, kr	<b>2001</b>	<b>3:10</b>				
	2000	3:25	4:10	2:85	2:20	12:40
	2000 <sup>1)</sup>	3:25	4:10	2:85	3:05	13:25
Värdeskapande, Mkr	<b>2001</b>	<b>290</b>				
	2000	691	1.040	406	286	2.423

1) Exklusive jämförelsestörande poster, som under 2000 uppgick till -448 Mkr.

**Nettoomsättning per affärsområde per kvartal.Mkr**

<i><b>Konsumentprodukter</b></i>		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Europa	<b>2001</b>	<b>10.901</b>				
	2000	10.308	10.126	10.832	11.438	42.704
Nordamerika	<b>2001</b>	<b>12.308</b>				
	2000	12.351	14.640	10.484	9.106	46.581
Övriga världen	<b>2001</b>	<b>3.233</b>				
	2000	1.951	2.259	2.276	2.717	9.203
<b>Konsumentprodukter totalt</b>	<b>2001</b>	<b>26.442</b>				
	2000	24.610	27.025	23.592	23.261	98.488
<i>Professionella produkter, Inomhus</i>	<b>2001</b>	<b>4.584</b>				
	2000	4.398	4.890	4.092	4.181	17.561
<i>Professionella produkter, Utomhus</i>	<b>2001</b>	<b>2.525</b>				
	2000	2.140	2.191	1.846	1.862	8.039
<b>Professionella produkter totalt</b>	<b>2001</b>	<b>7.109</b>				
	2000	6.538	7.081	5.938	6.043	25.600

**Rörelseresultat per affärsområde per kvartal.Mkr**

<b>Konsumentprodukter</b>		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Europa	<b>2001</b>	<b>447</b>				
	<i>Marginal,%</i>	<b>4,1</b>				
	2000	566	418	504	691	2.179
	<i>Marginal,%</i>	5,5	4,1	4,7	6,0	5,1
Nordamerika	<b>2001</b>	<b>807</b>				
	<i>Marginal,%</i>	<b>6,6</b>				
	2000	928	1.197	812	640	3.577
	<i>Marginal,%</i>	7,5	8,2	7,7	7,0	7,7
Övriga världen	<b>2001</b>	<b>45</b>				
	<i>Marginal,%</i>	<b>1,4</b>				
	2000	-71	-11	-31	136	23
	<i>Marginal,%</i>	-3,6	-0,5	-1,4	5,0	0,2
<b>Professionella produkter, Inomhus</b>	<b>2001</b>	<b>328</b>				
	<i>Marginal,%</i>	<b>7,2</b>				
	2000	423	673	313	168	1.577
	<i>Marginal,%</i>	9,6	13,8	7,6	4,0	9,0
<b>Professionella produkter, Utomhus</b>	<b>2001</b>	<b>331</b>				
	<i>Marginal,%</i>	<b>13,1</b>				
	2000	309	295	289	260	1.153
	<i>Marginal,%</i>	14,4	13,5	15,7	14,0	14,3
Koncerngemensamma kostnader, m m	<b>2001</b>	<b>-106</b>				
	2000	-105	-119	-57	-178	-459
Jämförelsestörande poster	<b>2001</b>	-				
	2000	-	-	-	-448	-448

*Rapporten har ej blivit föremål för särskild granskning av bolagets revisorer.*

*Ett antal nya rekommendationer från Redovisningsrådet gäller fr o m 1 januari 2001. Införandet av dessa har inte haft någon materiell effekt på koncernbokslutet.*

**Ekonomiska rapporter under 2001**

Halvårsrapport                   20 juli  
Rapport 3:e kvartalet           26 oktober

Electrolux ekonomiska information finns också tillgänglig på [www.electrolux.com](http://www.electrolux.com)