

HALVÅRSRAPPORT 2002

Stockholm
den 18 juli 2002
Sid 1 (18)

<i>Belopp i Mkr, om ej annat angivits</i>	Första halvåret 2002	Första halvåret 2001	Förändring	Andra kvartalet 2002	Andra kvartalet 2001	Förändring
Nettoomsättning	70.804	71.129	-0.5%	37.224	37.459	-0.6%
Rörelseresultat ¹⁾	6.513	3.888	68%	2.722	2.036	34%
Rörelseresultat exkl. Jämförelsestörande poster^{1) 2)}	4.628	3.888	19%	2.722	2.036	34%
<i>Marginal, %</i>	6,5	5,5		7,3	5,4	
Resultat efter finansiella poster ¹⁾	6.376	3.251	96%	2.694	1.752	54%
Resultat efter finansiella poster exkl. jämförelsestörande poster^{1) 2)}	4.491	3.251	38%	2.694	1.752	54%
<i>Marginal, %</i>	6,3	4,6		7,2	4,7	
Nettoresultat per aktie, kr ³⁾	14:60	6:55	123%	5:60	3:45	62%
Nettoresultat per aktie, exkl. Jämförelsestörande poster^{2) 3)}	9:35	6:55	43%	5:60	3:45	62%
Värdeskapande²⁾	2.084	682	1.402	1.475	392	1.083
Avkastning på eget kapital, %	32,0	16,0				
Avkastning på eget kapital, exkl. jämförelsestörande poster, %²⁾	20,5	16,0				

1) Ny redovisningsprincip för FoU har positivt påverkat resultatet för första halvåret med 102 Mkr, se sid 2.

2) Jämförelsestörande poster på 1.885 Mkr ingår i resultatet för 2002, se sid 2.

3) Beräknat på det genomsnittliga antalet aktier efter återköp, som uppgick till 329,6 miljoner (341,1).

- **Ökad efterfrågan i USA, något svagare marknadsläge i Europa**

Markant förbättring av resultatet i Nordamerika, tillverkning av kylskåp går planenligt

- **Väsentligt förbättrat resultat och högre marginal för vitvaror i Europa, trots besvärligt marknadsläge**
- **Pågående strukturåtgärder fortgår enligt plan**

Nettoomsättning och resultat

Electrolux nettoomsättning för första halvåret 2002 uppgick till 70.804 Mkr jämfört med 71.129 Mkr motsvarande period föregående år. Detta motsvarar en minskning med 0,5%, av vilket +0,4% kan hänföras till förändrade valutakurser, -4,6% till förändringar i koncernens struktur och +3,7% till volym/pris/mix. För förändringar i koncernens struktur se sid 6.

Rörelseresultatet ökade till 6.513 Mkr (3.888), motsvarande 9,2% (5,5) av omsättningen. Resultatet efter finansiella poster steg till 6.376 Mkr (3.251), vilket motsvarade 9,0% (4,6) av omsättningen. Nettoresultatet ökade till 4.812 Mkr (2.228), vilket motsvarade 14:60 kr (6:55) per aktie.

Jämförelsestörande poster

I ovan nämnda resultatsiffror för det första halvåret 2002 ingår jämförelsestörande poster på 1.885 Mkr (0). Dessa poster hänför sig till första kvartalet och utgörs av en realisationsvinst på 1.800 Mkr från avyttringen av den resterande delen av verksamheten inom fritidsprodukter samt en realisationsvinst på 85 Mkr från försäljningen av den europeiska verksamheten inom home comfort.

Ändrad redovisningsprincip för FoU

Redovisningsrådets rekommendation, RR15 Immateriella tillgångar, trädde i kraft den 1 januari 2002. Enligt rekommendationen ska kostnader för utveckling av produkter och programvara aktiveras.

Under första halvåret 2002 har 102 Mkr i utvecklingskostnader aktiverats avseende projekt som startats under första halvåret. Föregående års resultat har inte justerats i detta avseende.

Ytterligare fem andra redovisningsrekommendationer från Redovisningsrådet trädde i kraft 1 januari 2002. Dessa har inte haft någon materiell påverkan på koncernens bokslut.

Resultat exklusive jämförelsestörande poster

Exklusive jämförelsestörande poster ökade rörelseresultatet med 19% till 4.628 Mkr (3.888), vilket motsvarade 6,5% (5,5) av försäljningen. Resultatet efter finansiella poster ökade med 38% till 4.491 Mkr (3.251), motsvarande 6,3% (4,6) av nettoomsättningen. Nettoresultatet ökade med 38% till 3.078 Mkr (2.228), vilket motsvarade 9:35 kr (6:55) per aktie.

Påverkan av valutaförändringar

Förändringen av valutakurser under perioden, avseende både transaktions- och omräkningseffekter, hade netto en positiv påverkan på resultatet efter finansiella poster med cirka 80 Mkr. Effekten under andra kvartalet uppskattas till cirka -95 Mkr, främst till följd av en generell förstärkning av den svenska kronan mot de flesta utländska valutor och särskilt USA-dollar.

Finansnetto

Finansnettot uppgick till -137 Mkr (-637). Förbättringen beror främst på lägre räntor och en minskad nettoskuld.

Andra kvartalet

Nettoomsättningen under andra kvartalet 2002 uppgick till 37.224 Mkr (37.459). Av minskningen på -0,6% kan -3,0% hänföras till förändrade valutakurser, -5,6% till förändringar i koncernens struktur och +8,0% till volym/pris/mix.

Rörelseresultatet ökade med 34% till 2.722 Mkr (2.036), motsvarande 7,3% (5,4) av omsättningen. Resultatet efter finansiella poster steg med 54% till 2.694 Mkr (1.752), vilket motsvarade 7,2% (4,7) av omsättningen. Nettoresultatet uppgick till 1.850 Mkr (1.162), motsvarande 5:60 kr (3:45) per aktie.

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 2.181 Mkr (4.934). Försämringen kan främst hänföras till en högre ökning av kundfordringar och varulager under första halvåret 2002 än motsvarande period föregående år, och slutbetalningen på 94 miljoner dollar (cirka 990 Mkr) avseende ett pensionsmål till amerikanska pensionsmyndigheten PBGC.

Finansiell ställning*Eget kapital*

Eget kapital uppgick per den 30 juni 2002 till 30.437 Mkr (28.861), vilket motsvarade 92:40 kr (84:60) per aktie. Avkastningen på eget kapital var 32,0% (16,0). Exklusive jämförelsestörande poster var avkastningen på eget kapital 20,5% (16,0).

Nettotillgångar

De genomsnittliga nettotillgångarna för perioden uppgick till 39.146 Mkr (45.800) exklusive jämförelsestörande poster och till 37.985 Mkr (44.024) inklusive jämförelsestörande poster. Minskningen beror främst på avyttringar och strukturåtgärder samt valutakursförändringar. Avkastningen på nettotillgångarna var 34,3% (17,7) och 23,6% (17,0) exklusive jämförelsestörande poster.

Per den 30 juni 2002 uppgick nettotillgångarna i procent av omsättningen till 24,5% (28,7).

Skuldsättningsgrad och likvida medel

Nettoupplåningen minskade till 6.896 Mkr (17.631). Skuldsättningsgraden minskade till 0,22 (0,59).

Likvida medel uppgick vid periodens slut till 14.336 Mkr (11.577).

Värdeskapande

Under första halvåret 2002 skapade koncernen totalt 2.084 Mkr i värde jämfört med 682 Mkr första halvåret föregående år.

Uppgången beror huvudsakligen på en förbättring av rörelsemarginalen till 6,5% (5,5), som främst kan hänföras till ett väsentligt bättre rörelseresultat för Konsumentprodukter i USA och Europa. Koncernens kapitalomsättningshastighet förbättrades till 3,6 från 3,1 föregående år.

Tabellen nedan visar värdeskapandet per affärsområde för perioden.

Mkr	Första halvåret 2002	Första halvåret 2001	Förändring	Andra kvartalet 2002	Andra kvartalet 2001	Förändring	Helår 2001
Konsumentprodukter							
Europa	896	378	518	522	245	277	1.172
Nordamerika	1.060	405	655	753	139	614	-297
Övriga världen	-538	-515	-23	-192	-259	67	-1.023
<i>Konsumentprodukter totalt</i>	1.418	268	1.150	1.083	125	958	-148
Professionella produkter							
Inomhusprodukter	115	346	-231	84	238	-154	250
Utomhusprodukter	628	491	137	340	261	79	914
<i>Professionella produkter totalt</i>	743	837	-94	424	499	-75	1.164
Koncerngemensamma kostnader, m m	-77	-423	346	-32	-232	200	-754
Totalt	2.084	682	1.402	1.475	392	1.083	262

Med värde menas rörelseresultatet exklusive jämförelsestörande poster minskat med en vägd, genomsnittlig kapitalkostnad (WACC) beräknad på koncernens genomsnittliga nettotillgångar. Koncernens WACC har sänkts från 14% till 13% före skatt från och med 1 januari 2002.

Utvecklingen per affärsområde

Konsumentprodukter

Marknaden för vitvaror i Europa ökade i volym under första halvåret 2002 med cirka 1% jämfört med samma period föregående år. Marknaden i Västeuropa visade en nedgång med knappt 2% medan den östeuropeiska marknaden ökade med cirka 11%. Andra kvartalet ökade marknaden i volym med cirka 2%, varav den västeuropeiska marknaden var oförändrad i volym medan Östeuropa ökade med cirka 13%. Koncernen uppnådde en ökad försäljning, framför allt i Östeuropa samt till stora kunder. Rörelseresultatet förbättrades väsentligt med en högre marginal för både första halvåret och andra kvartalet. Förbättringen av resultatet beror huvudsakligen på högre volymer, lägre materialkostnader och ökad intern interna effektivitet..

Den amerikanska marknaden för vitvaror ökade i volym med cirka 10% under första halvåret och med cirka 9% andra kvartalet. Inklusiv utrustning för luftkonditionering och mikrovågsugnar var uppgången i marknaden cirka 7% för hela perioden och cirka 9% andra kvartalet. Koncernens försäljning i Nordamerika ökade jämfört med föregående år. Rörelseresultatet och marginalen visade en markant förbättring, framför allt under andra kvartalet. Resultatet för föregående år påverkades negativt av engångskostnader på cirka 600 Mkr till följd av problem i samband med uppstartningen av en ny generation kylskåp. Försäljningen av utrustning för luftkonditionering var betydligt lägre än föregående år och rörelseresultatet för detta produktområde visade en markant nedgång.

Efterfrågan på vitvaror i Brasilien minskade, men förbättrades något under andra kvartalet. Koncernens försäljning minskade jämfört med föregående år. Rörelseresultatet visade en väsentlig nedgång och var negativt, främst till följd av högre materialkostnader och en försämrad produktmix. Lägre export till Argentina hade också en negativ

påverkan. Koncernen uppnådde en god försäljningstillväxt i Kina. Rörelseresultatet för den kinesiska verksamheten var positiv för perioden som helhet. Försäljningen i Indien var lägre än föregående år. Rörelseresultatet för den indiska verksamheten förbättrades något till följd av genomförda strukturåtgärder, men var fortfarande negativt. Marknaden för vitvaror i Australien visade en mindre uppgång och koncernen hade en positiv trend i både försäljning och resultat. Totalt sett försämrades rörelseresultatet för vitvaror utanför Europa och Nordamerika jämfört med föregående år.

Efterfrågan på dammsugare i USA visade en mindre ökning, framför allt i de lägre prissegmenten. Efterfrågan i Europa minskade däremot något. Försäljningen för produktlinje dammsugare var något högre än föregående år till följd av en stark försäljningsökning i USA. Rörelseresultatet var i stort sett oförändrat.

Den europeiska efterfrågan på utomhusprodukter för konsumentmarknaden mattades under andra kvartalet och var i stort sett oförändrad för perioden som helhet. Försäljningen för koncernens europeiska verksamhet visade dock en god tillväxt, framför allt i Storbritannien. Rörelseresultatet förbättrades markant tack vare högre volymer och genomförda strukturåtgärder. Efterfrågan på utomhusprodukter i USA var något högre än föregående år. Koncernens uppnådde en ökad försäljningsvolym och rörelseresultatet och marginalen förbättrades.

Totalt sett ökade försäljningen för affärsområde Konsumentprodukter jämfört med föregående år. Rörelseresultatet och marginalen förbättrades.

Professionella inomhusprodukter

Efterfrågan på storköksutrustning i Västeuropa var något lägre än föregående år och koncernens minskade på de flesta marknader. Rörelseresultatet förbättrades dock, tack vare avyttringen av en förlustbringande verksamhet under andra halvåret 2001.

Efterfrågan på tvättutrustning minskade i Europa och var i stort sett oförändrad i USA. Produktlinjens försäljning visade en god tillväxt på den amerikanska marknaden tack vare lanseringen av nya produkter, men minskade totalt sett. Rörelseresultatet och marginalen förbättrades.

Efterfrågan på kompressorer ökade något i Europa. Försäljningen för produktlinje komponenter minskade till följd av avyttringar, men ökade för jämförbara enheter. Rörelseresultatet visade en betydande förbättring till följd av genomförda strukturåtgärder och lanseringen av en ny kompressor.

Totalt sett minskade försäljningen för affärsområde Professionella Inomhusprodukter jämfört med första halvåret föregående år, huvudsakligen till följd av avyttringar och genomförda strukturåtgärder. Rörelseresultatet och marginalen förbättrades för jämförbara enheter.

Professionella utomhusprodukter

Efterfrågan på professionella motorsågar var i stort sett oförändrad i Europa och USA. Koncernens försäljning ökade jämfört med föregående år, men med en lägre andel högre specificerade motorsågar.

Även försäljningen av utrustning för trädgårdsskötsel var högre än under 2001. Försäljningen av kapmaskiner var i stort sett oförändrad, medan försäljningen av diamantverktyg minskade i framför allt USA.

Totalt sett visade försäljningen för Professionella Utomhusprodukter en god tillväxt. Förändringen av redovisningsprincip för FoU hade en väsentlig, positiv påverkan på rörelseresultatet för detta affärsområde. Både resultatet och marginalen förbättrades dock även justerat för förändringen i redovisningsprincip.

Större förändringar i koncernen

Avyttringar

Per den 1 januari avyttrades den resterande delen av produktlinje fritidsprodukter, som ingick i Professionella Inomhusprodukter. Verksamheten hade under 2001 en omsättning på cirka 1.300 Mkr och cirka 1.400 anställda. Avyttringen medförde en realisationsvinst på cirka 1.800 Mkr.

Per den 1 januari avyttrades den europeiska verksamheten inom home comfort, som ingick i affärsområde Konsumentprodukter. Verksamheten hade under 2001 en omsättning på cirka 850 Mkr och cirka 280 anställda. Avyttringen medförde en realisationsvinst på cirka 85 Mkr.

Per den 1 april avyttrades koncernens mexikanska kompressorfabrik, som ingick i produktlinje komponenter inom affärsområde Professionella Inomhusprodukter. Verksamheten hade under 2001 en omsättning på cirka 180 Mkr och 240 anställda. Avyttringen genomfördes i stort sett till bokfört värde.

Per den 30 april avyttrades den europeiska motorverksamhet, som ingick i produktlinje komponenter inom affärsområde Professionella Inomhusprodukter. Under 2001 hade verksamheten en omsättning på cirka 2.250 Mkr, varav cirka 975 Mkr var extern försäljning. Verksamheten hade cirka 1.950 anställda. Avyttringen genomfördes i stort sett till bokfört värde.

I juni träffades avtal om avyttring av Zanussi Metallurgica, som ingick i produktlinje komponenter inom affärsområde Professionella Inomhusprodukter. Verksamheten hade 2001 en omsättning på cirka 1.300 Mkr, varav cirka 600 Mkr var extern försäljning. Antalet anställda uppgår till cirka 640. Försäljningen förväntas vara slutförd per den 31 juli och beräknas inte ha någon nämnvärd påverkan på koncernens resultat och finansiella ställning.

Förvärv

Per den 1 juli förvärvades Diamant Boart International, världsledande tillverkare och distributör av diamantverktyg och annan utrustning för byggnads- och stenindustrin. Köpeskillingen uppgick till cirka 1.700 Mkr. Under 2001 hade verksamheten en omsättning på cirka 2.500 Mkr och cirka 2.000 anställda. Förvärvet väntas ge ett årligt tillskott på cirka 200 Mkr till koncernens rörelseresultat. Den förvärvade verksamheten kommer att ingå i affärsområde Professionella Utomhusprodukter, som under 2001 hade en omsättning på 1.300 Mkr inom produktkategorierna kapmaskiner och diamantverktyg.

Pågående strukturåtgärder och kostnadsanpassningar

De strukturåtgärder som aviserades under 2001 fortgår planenligt. Åtgärderna berör främst verksamheterna inom komponenter och vitvaror och omfattar både nedläggning av fabriker och rationaliseringar inom försäljning och administration. Se även Koncernchefens kommentar, sid 9.

Av den totala reserveringen på 3.261 Mkr som gjordes under 2001, hade cirka 2.185 Mkr utnyttjats per 30 juni 2002. Besparingar under första halvåret uppgick till cirka 346 Mkr. De hittills genomförda åtgärderna har inneburit en minskning av antalet anställda med cirka 2.940 personer, varav cirka 1.870 under första halvåret 2002.

Avsättningar under 2001, SEKm	Avsättning	Utnyttjat	Besparingar	Beräknade besparingar	
		t o m 2a kv	t o m 2a kv	2002	2003
Vitvaror, Europa	997	317	77	206	552
Dammsugare, Europa	19	16	-	9	17
Trädgårdsprodukter, Europa	157	76	23	51	96
Vitvaror, Nordamerika	114	58	52	157	210
Vitvaror, övriga världen	40	20	22	38	47
Konsumentprodukter totalt	1.327	487	174	461	922
Storköksutrustning	168	156	37	89	89
Komponenter	1.710	1.507	121	273	343
Övrigt	56	35	14	33	36
Totalt	3.261	2.185	346	856	1.390

Moderbolaget AB Electrolux

Moderbolagets nettoomsättning uppgick första halvåret 2002 till 3.331 Mkr (3.641). Resultatet efter finansiella poster var 2.602 Mkr (518), vilket inkluderar utdelningar från dotterbolag på 3.975 Mkr (924).

Investeringarna var 67 Mkr (71). De likvida medlen uppgick vid utgången av perioden till 7.668 Mkr (4.507) jämfört med 4.281 Mkr vid utgången av år 2001.

Återköp av egna aktier och nedsättning av aktiekapitalet

Electrolux styrelse beviljade ytterligare återköp av egna aktier i enlighet med bemyndigandet från bolagsstämman i april 2002.

Bolagsstämman bemyndigade styrelsen att under tiden intill nästa ordinarie bolagsstämma besluta om förvärv och överlåtelse av egna aktier. Förvärv får ske av högst så många A- och/eller B-aktier att bolaget efter varje förvärv innehar högst 10% av det totala antalet aktier.

Efter nedsättningen av aktiekapitalet i AB Electrolux i maj 2002 fördelas bolagets aktiekapital på 10.000.000 A-aktier och 328.712.580 B-aktier, totalt 338.712.580 aktier. Electrolux äger för närvarande 9.148.000 tidigare återköpta B-aktier, motsvarande 2,7% av antalet utestående aktier.

Under andra kvartalet återköptes inga aktier.

Koncernchefens kommentar

Koncernen uppnådde en avsevärd förbättring av resultat och marginal under första halvåret 2002. Framför allt andra kvartalet var starkt med en rörelsemarginal på 7,3% jämfört med 5,4% föregående år.

Marknaden i USA visade en något större uppgång än förväntat, medan efterfrågan i Europa som väntat var något svagare än föregående år.

De flesta av koncernens verksamheter visade bättre resultat. Huvuddelen av resultatförbättringen kan dock hänföras till vitvaror i USA, där vi hade ett svagt första halvår föregående år på grund av leveransproblem och avsevärda kostnader vid infasningen av den nya generationen kylskåp.

Vi hade också positiva effekter från de pågående strukturåtgärderna och uppnådde de besparingar som förväntats.

Konsumentprodukter utanför Europa och Nordamerika uppnådde ett positivt rörelseresultat under andra kvartalet efter en förlust under det första. Resultatet för perioden som helhet var dock markant sämre än föregående år.

Professionella Inomhusprodukter uppnådde en förbättring efter justering för avyttringen av den lönsamma verksamheten inom fritidsprodukter. Professionella Utomhusprodukter hade en fortsatt positiv trend i resultat och marginalen förbättrades från en hög nivå.

Stark resultatförbättring i Nordamerika

Rörelseresultatet för konsumentprodukter i Nordamerika ökade under andra kvartalet med 653 Mkr, vilket nästan var en fördubbling jämfört med föregående år. Rörelsemarginalen förbättrades från 4,9% 8,9%.

Koncernen gynnades av uppgången i efterfrågan inom såväl vitvaror som dammsugare och utomhusprodukter. Vi hade också en bättre mix inom vitvaror genom en högre andel nya produkter. Som jag nämnde ovan jämför vi dock med ett svagt resultat föregående år, då problemen inom kylskåpsdivisionen innebar en negativ påverkan med cirka 600 Mkr, varav huvuddelen under andra kvartalet.

Tillverkningen i våra två kylskåpsfabriker normaliserades i slutet av 2001. Vi producerar idag fler kylskåp än innan övergången till det nya sortimentet och med färre anställda. De nya produkterna har tagits emot väl på marknaden. Vi har nu återtagit de marknadsandelar som vi tappade under 2001 till följd av problemen. Vi har även lyckats öka vår andel för större s k side-by-side kylskåp i de högre prissegmenten där vi tidigare inte haft lämpliga produkter.

Bättre resultat för vitvaror i Europa

Även vitvaror i Europa uppnådde ett väsentligt förbättrat rörelseresultat och högre marginal, trots ett besvärligt marknadsläge med en fortsatt nedgång av bl a den tyska marknaden. Vi hade en fortsatt positiv trend när det gäller marknadsandel.

I Europa inriktar vi oss på att minska komplexiteten i verksamheten och att öka takten när det gäller produktförnyelse. Vi kommer under de närmaste åren att mer än halvera antalet produktplattformar. I september inleds det första projektet som innebär att minska

antalet plattformar för diskmaskiner från 4 till 1 till år 2004. Vi fortsätter också att integrera processer och skapa en pan-europeisk struktur.

Under första halvåret lanserade vi fler nya produkter än under föregående år, bl a en ny frontmatad tvättmaskin med högsta prestanda och bästa sk AAA rating enligt EU:s normer för vatten- och energiåtgång. Dessutom lanserades en ny diskmaskin, Izzi, som är ett bra exempel på en produkt som tagits fram med hjälp av konsumentpaneler och testgrupper. Den kombinerar enkelhet i användningen med en elegant design. Båda dessa produkter har sålt mycket bra på de marknader där de hittills introducerats.

Strukturåtgärderna enligt plan

De pågående strukturåtgärderna har i allt väsentligt följt uppgjorda planer. Åtgärderna berör främst verksamheterna inom vitvaror och komponenter och omfattar bl a nedläggning av tillverkningsenheter samt rationaliseringar inom försäljning och administration.

Vi har hittills utnyttjat cirka 65% av reserveringen på knappt 3,3 miljarder kronor. Besparingarna under första halvåret uppgick till cirka 340 Mkr. Huvuddelen av besparingarna under 2002 förväntas under senare delen av året.

Under första halvåret stängdes en fabrik för kompressorer i Nordamerika, samt en spisfabrik i Norge och en mindre enhet för tvättmaskiner i Indien. Vi är i slutförhandlingar med arbetstagarrepresentanter avseende stängningen av en fabrik för spishällar och en fabrik för kylskåp i Tyskland. I enlighet med tidigare beslutade strukturåtgärder pågår även stängningen av en fabrik för dammsugare i Tyskland, som kommer att vara avslutad i september.

Ökade satsningar på produkter och marknadsföring

Under de senaste åren har vi genom en rad åtgärder förbättrat koncernens interna effektivitet och kostnadsstruktur. Genom avyttring av 19 verksamheter med en sammanlagd omsättning på mer än 27 miljarder kronor har koncernen renodlats till färre områden. Vi har stärkt våra marknadsandelar inom kärnområdena och förbättrat våra positioner hos ledande återförsäljare i både Europa och USA. Med undantag för 2001, då vi hade problemen inom kylskåpsdivisionen i USA har såväl kassaflödet som resultatet och lönsamheten successivt förbättrats. Balansräkningen har stärkts och koncernen har sedan 1998 täckt sin genomsnittliga kapitalkostnad, WACC.

Fokus i koncernen har hittills huvudsakligen varit på volym och kostnader. För att skapa tillväxt och stärka vår bruttomarginal måste vi satsa mer på produktförnyelse och marknadsföring. Vi spenderar mindre inom dessa områden än flera av våra konkurrenter.

Varje gång vi kommer ut med en ny produkt som möter konsumenternas behov ser vi att de också är villiga att betala mer för denna produkt. Det gäller därför att bättre förstå konsumenternas behov. Från och med nu måste varje ny produktinvestering vara baserad på ett klart identifierat användarbehov.

En ökad takt vad gäller utvecklingen av nya produkter är också en förutsättning för att vi ska lyckas med konsolideringen på varumärkessidan och bygga färre och starkare varumärken.

Fortsatt fokus på struktur och kostnadseffektivitet

Ökade satsningar på produkter och marknadsföring innebär dock inte att vi kan tappa fokus på kostnadssidan. En hög kostnadseffektivitet är en förutsättning för att lyckas i våra starkt konkurrensutsatta branscher. Det är också nödvändigt för att kunna förbättra lönsamheten inom flera områden.

Trots att vi uppnått mycket under de senaste åren har vi fortfarande verksamheter i koncernen som inte skapar värde. Dessa motsvarar idag cirka en fjärdedel av omsättningen. Hit hör t ex Komponenter. Men det finns både länder och produktområden som faller inom denna kategori. Vår målsättning är naturligtvis att säkerställa att dessa verksamheter ska skapa tillräckligt med värde.

En del problemområden har adresserats genom de strukturåtgärder som initierades i slutet av förra året. Inom Komponenter, som visade en betydande förlust för 2001, har vi gjort nedskrivningar, stängt tillverkningsenheter och sålt delar av verksamheten. Vi räknar med att denna verksamhet ska visa en mindre vinst för helåret.

Verksamheter motsvarande cirka 40% av koncernens omsättning skapar idag värde men bör kunna öka sitt värdeskapande. Inom dessa områden har vi i regel bra marknadspositioner.

För båda dessa kategorier gäller att vi måste sänka kostnader, minska komplexiteten och förbättra produktutbudet.

Inom övriga delar av koncernen har vi starka positioner och en god lönsamhet. Utmaningen är här att hitta möjligheter till lönsam tillväxt.

Vi utarbetar nu detaljerade treårsplaner för samtliga verksamheter på produktlinjenivå.

Prioriteringar på kortare sikt

Jag är övertygad om att vi genom olika åtgärder ytterligare kan förbättra lönsamheten och värdeskapandet i koncernen. Som jag tidigare nämnt vid olika tillfällen är vår ambition i första hand att stabilisera koncernens rörelsemarginal på 6%-nivån.

Våra prioriteringar för att uppnå detta är i första hand att

- Fullfölja pågående strukturförändringar och åtgärder inriktade på att driva ut kostnader och komplexitet i hela verksamheten
- Åtgärda de verksamheter som inte skapar värde
- Se till att vi har tillräckliga resurser och effektiva processer för att öka satsningarna på produktutveckling och marknadsföring

För att lyckas i våra branscher räcker det inte idag att bara ha stora volymer och låga kostnader i tillverkningen. Det gäller att också vara en av de tre viktigaste leverantörerna till de stora återförsäljarna och framför allt – att vara en av de ledande när det gäller konsumenternas uppfattningar och attityder. Electrolux måste förändras och bli ett sant marknadsdrivet bolag.

Förväntningar på andra halvåret 2002^{*)}

Vi förväntar oss att marknadsläget under andra halvåret 2002 kommer att vara oförändrat jämfört med föregående år i både Europa och Nordamerika.

Det råder dessutom fortfarande osäkerhet om konsumenternas konsumtionsvilja och framtidstro i USA. Under både tredje och fjärde kvartalet kommer vi inom vitvaror att jämföra med starka kvartal föregående år.

Trots förväntningar om en oförändrad efterfrågan, och baserat på de pågående strukturåtgärderna samt kostnaderna avseende nytt kylskåpssortiment i USA under 2001, bör koncernen kunna uppnå ett förbättrat rörelseresultat och värdeskapande för andra halvåret 2002, jämfört med samma period 2001. För helåret 2002 förväntas rörelseresultatet och värdeskapandet därmed visa en väsentlig förbättring jämfört med föregående år, exklusive jämförelsestörande poster.

Stockholm den 18 juli 2002

Hans Stråberg
VD och koncernchef

**) Detta är en förändring av de förväntningar som publicerades i koncernens rapport för första kvartalet den 18 april 2002 och som löd "Marknadsläget förväntas under 2002 i stort sett vara oförändrat jämfört med föregående år i både Europa och Nordamerika. Det råder dock fortfarande osäkerhet om konsumenternas framtidstro och konsumtion, särskilt i Nordamerika. Trots förväntningarna om oförändrad efterfrågan, men med hänsyn till de tidigare annonserade strukturåtgärderna, bör koncernen uppnå en förbättring av rörelseresultatet och värdeskapandet för helåret 2002, exklusive jämförelsestörande poster."*

Koncernens resultaträkning, Mkr	Första halvåret 2002	Första halvåret 2001	Andra kvartalet 2002	Andra kvartalet 2001	Helår 2001
Nettoomsättning	70.804	71.129	37.224	37.459	135.803
Kostnad för sålda varor	-54.410	-55.189	-28.462	-29.294	-105.654
Försäljningskostnader	-8.769	-8.684	-4.565	-4.351	-17.806
Administrationskostnader	-2.922	-3.256	-1.471	-1.720	-5.790
Övriga rörelseintäkter/kostnader	-75	-112	-4	-58	-131
Jämförelsestörande poster	1.885	-	-	-	-141
Rörelseresultat*	6.513	3.888	2.722	2.036	6.281
<i>Marginal, %</i>	9,2	5,5	7,3	5,4	4,6
Finansiella poster, netto	-137	-637	-28	-284	-1.066
Resultat efter finansiella poster	6.376	3.251	2.694	1.752	5.215
<i>Marginal, %</i>	9,0	4,6	7,2	4,7	3,8
Skatt	-1.589	-1.056	-863	-569	-1.477
Minoritetens andel i nettoresultat	25	33	19	-21	132
Nettoresultat	4.812	2.228	1.850	1.162	3.870
<i>* I beloppet ingår avskrivningar med:</i>	-1.971	-2.013	-965	-1.028	-4.277
Nettoresultat per aktie, kr	14.60	6:55	5.60	3:45	11.35
Antal aktier efter återköp, miljoner	329,6	341,1	329,6	341,1	329,6
Genomsnittligt antal aktier efter återköp, miljoner	329,6	341,1	329,6	341,1	340,1

Koncernens balansräkning, Mkr	30 juni 2002	30 juni 2001	Helår 2001
Tillgångar			
Anläggningstillgångar	28.307	33.344	32.351
Varulager, m m	16.599	19.660	17.001
Kundfordringar	26.754	29.065	24.189
Övriga fordringar	6.827	7.837	8.532
Likvida medel	14.336	11.577	12.374
Summa tillgångar	92.823	101.483	94.447
Eget kapital och skulder			
Eget kapital	30.437	28.861	28.864
Minoritetsintressen	593	791	699
Räntebärande skulder och avsättningar	21.232	29.208	23.183
Icke räntebärande skulder och avsättningar	40.561	42.623	41.701
Summa eget kapital och skulder	92.823	101.483	94.447
Ansvarsförbindelser	1.587	1.336	1.220

Förändring av eget kapital, Mkr	Första halvåret 2002	Första halvåret 2001	Helår 2001
Ingående balans	28.864	26.324	26.324
Utdelning	-1.483	-1.365	-1.365
Återköp av aktier	-	-	-1.752
Omräkningsdifferenser	-1.756	1.674	1.787
Nettoresultat	4.812	2.228	3.870
Utgående balans	30.437	28.861	28.864

Koncernens kassaflödesanalys, Mkr

	Första halvåret 2002	Första halvåret 2001	Helår 2001
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	6.376	3.251	5.215
Planenliga avskrivningar som belastat			
Ovanstående resultat	1.971	2.013	4.277
Avsättningar och realisationsvinster/förluster	-3.274	-448	-2.148
Betald skatt	-310	-578	-1.496
Förändring av rörelsekapitalet			
Förändring av varulager	-1.247	-336	1.164
Förändring av kundfordringar	-4.641	-3.355	-50
Förändring av övriga omsättningstillgångar	580	1.133	146
Förändring av rörelseskulder och avsättningar	2.726	3.254	2.374
Kassaflöde från den löpande verksamheten	2.181	4.934	9.482
Investeringsverksamheten			
Investeringar/avyttringar av verksamheter	3.142	163	4.861
Investeringar	-1.468	-2.035	-4.195
Övrigt	167	-159	547
Kassaflöde från investeringsverksamheten	1.841	-2.031	1.213
Utdelning	-1.483	-1.365	-1.365
Återköp av egna aktier	-	-	-1.752
Kassaflöde efter utdelning	2.539	1.538	7.578
Förändring av räntebärande skulder	-145	1.244	-4.059
Årets kassaflöde	2.394	2.782	3.519
Likvida medel vid årets början	12.374	8.422	8.422
Kursdifferens i likvida medel	-432	373	433
Likvida medel vid periodens slut	14.336	11.577	12.374
Förändring av nettouplåningen			
Årets kassaflöde exkl. förändring av lån	2.539	1.538	7.578
Nettoupplåning i början av året	-10.809	-16.976	-16.976
Kursdifferenser på nettouplåningen	1.374	-2.193	-1.411
Nettoupplåning vid periodens slut	-6.896	-17.631	-10.809

Nettoomsättning per affärsområde, Mkr

	Första halvåret 2002	Första halvåret 2001	Andra kvartalet 2002	Andra kvartalet 2001	Helår 2001
Konsumentprodukter					
Europa	23.137	22.147	11.896	11.246	47.200
Nordamerika	28.374	26.412	15.090	14.104	46.814
Övriga världen	7.694	7.462	4.257	4.229	14.976
Konsumentprodukter totalt	59.205	56.021	31.243	29.579	108.990
Professionella produkter					
Inomhusprodukter	6.061	9.621	3.032	5.037	17.073
Utomhusprodukter	5.454	5.217	2.907	2.692	9.452
Professionella produkter totalt	11.515	14.838	5.939	7.729	26,525
Övrigt	84	270	42	151	288
Totalt	70.804	71.129	37.224	37.459	135.803

Rörelseresultat per affärsområde, Mkr	Första halvåret 2002	Första halvåret 2001	Andra kvartalet 2002	Andra kvartalet 2001	Helår 2001
Konsumentprodukter					
Europa	1.495	1.025	819	578	2.528
<i>Marginal, %</i>	6,5	4,6	6,9	5,1	5,4
Nordamerika	2.214	1.492	1.338	685	1.814
<i>Marginal, %</i>	7,8	5,6	8,9	4,9	3,9
Övriga världen	76	175	98	130	287
<i>Marginal, %</i>	1,0	2,3	2,3	3,1	1,9
Konsumentprodukter totalt	3.785	2.692	2.255	1.393	4.629
<i>Marginal, %</i>	6,4	4,8	7,2	4,7	4,2
Professionella produkter					
Inomhusprodukter	397	787	214	459	1.070
<i>Marginal, %</i>	6,6	8,2	7,1	9,1	6,3
Utomhusprodukter	821	702	435	371	1.313
<i>Marginal, %</i>	15,1	13,5	15,0	13,8	13,9
Professionella produkter totalt	1.218	1.489	649	830	2.383
<i>Marginal, %</i>	10,6	10,0	10,9	10,7	9,0
Koncerngemensamma kostnader, m m	-375	-293	-182	-187	-590
Jämförelsestörande poster	1.885	-	-	-	-141
Totalt	6.513	3.888	2.722	2.036	6.281

Värdeskapande, Mkr	Första halvåret 2002	Första halvåret 2001	Andra kvartalet 2002	Andra kvartalet 2001	Helår 2001
Konsumentprodukter					
Europa	896	378	522	245	1.172
Nordamerika	1.060	405	753	139	-297
Övriga världen	-538	-515	-192	-259	-1.023
Konsumentprodukter totalt	1.418	268	1.083	125	-148
Professionella produkter					
Inomhusprodukter	115	346	84	238	250
Utomhusprodukter	628	491	340	261	914
Professionella produkter totalt	743	837	424	499	1.164
Koncerngemensamma kostnader, m m	-77	-423	-32	-232	-754
Totalt	2.084	682	1.475	392	262

Nyckeltal	Första	Första	Andra	Andra	Helår
	halvåret	halvåret	kvartalet	kvartalet	
	2002	2001	2002	2001	2001
Nettoresultat per aktie, kr ¹⁾	14:60	6:55	5:60	3:45	11:35
Avkastning på eget kapital, % ²⁾	32,0	16,0			13,2
Avkastning på nettotillgångar, % ³⁾	34,3	17,7			15,0
Skuldsättningsgrad ⁴⁾	0,22	0,59			0,37
Investeringar, Mkr	1.468	2.035	722	982	4.195
Medeltal anställda	83.600	88.500	84.100	88.200	87.139

1) Beräknat på det genomsnittliga antalet aktier efter återköp, som för perioden uppgår till 329,6 miljoner (341,1). Se resultaträkningen, sid 12.

2) Annualiserat nettoresultat i procent av genomsnittligt eget kapital.

3) Annualiserat rörelseresultat i procent av genomsnittliga nettotillgångar.

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

Växelkurser i kr

	Första	Första	Helår
	halvåret	halvåret	2001
	2002	2001	2001
USD, snittkurs	10:17	10:15	10:35
<i>USD, i slutet på perioden</i>	9:14	10:85	10:59
EUR, snittkurs	9:16	9:04	9:25
<i>EUR, i slutet på perioden</i>	9:11	9:19	9:35
GBP, snittkurs	14:74	14:60	14:93
<i>GBP, i slutet på perioden</i>	14:03	15:24	15:34

Kvartalsuppgifter

Nettoomsättning och resultat		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Nettoomsättning, Mkr	2002	33.580	37.224			
	2001	33.670	37.459	32.793	31.881	135.803
Rörelseresultat, Mkr	2002	3.791	2.722			
	<i>Marginal,%</i>	<i>11,3</i>	<i>7,3</i>			
	2002¹⁾	1.906	2.722			
	<i>Marginal,%</i>	<i>5,7</i>	<i>7,3</i>			
	2001	1.852	2.036	2.442	-49	6.281
	<i>Marginal,%</i>	<i>5,5</i>	<i>5,4</i>	<i>7,4</i>	<i>-0,2</i>	<i>4,6</i>
	2001 ²⁾	1.852	2.036	1.085	1.449	6.422
	<i>Marginal,%</i>	<i>5,5</i>	<i>5,4</i>	<i>3,3</i>	<i>4,5</i>	<i>4,7</i>
Resultat efter finansiella poster, Mkr	2002	3.682	2.694			
	<i>Marginal,%</i>	<i>11,0</i>	<i>7,2</i>			
	2002¹⁾	1.797	2.694			
	<i>Marginal,%</i>	<i>5,4</i>	<i>7,2</i>			
	2001	1.499	1.752	2.202	-238	5.215
	<i>Marginal,%</i>	<i>4,5</i>	<i>4,7</i>	<i>6,7</i>	<i>-0,7</i>	<i>3,8</i>
	2001 ²⁾	1.499	1.752	845	1.260	5.356
	<i>Marginal,%</i>	<i>4,5</i>	<i>4,7</i>	<i>2,6</i>	<i>4,0</i>	<i>3,9</i>
Nettoresultat, Mkr	2002	2.962	1.850			
	2002¹⁾	1.228	1.850			
	2001	1.066	1.162	1.928	-286	3.870
	2001 ²⁾	1.066	1.162	596	950	3.774
Nettoresultat per aktie, kr	2002	9:00	5:60			
	2002¹⁾	3:75	5:60			
	2001	3:10	3:45	5:65	-0:85	11:35
	2001 ²⁾	3:10	3:45	1:75	2:80	11:10
Värdeskapande, Mkr	2002	609	1.475			
	2001	290	392	-453	33	262

1) Exklusive jämförelsestörande poster uppgick till 1.885 Mkr under 2002.

2) Exklusive jämförelsestörande poster uppgick till -141 Mkr under 2001.

Nettoomsättning per affärsområde, Mkr

Konsumentprodukter		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Europa	2002	11.241	11.896			
	2001	10.901	11.246	12.237	12.816	47.200
Nordamerika	2002	13.284	15.090			
	2001	12.308	14.104	11.154	9.248	46.814
Övriga världen	2002	3.437	4.257			
	2001	3.233	4.229	3.509	4.005	14.976
Konsumentprodukter totalt		27.962	31.243			
		26.442	29.579	26.900	26.069	108.990
Professionella produkter						
Inomhus	2002	3.029	3.032			
	2001	4.584	5.037	3.829	3.623	17.073
Utomhus	2002	2.547	2.907			
	2001	2.525	2.692	2.108	2.127	9.452
Professionella produkter totalt		5.576	5.939			
		7.109	7.729	5.937	5.750	26.525

Rörelseresultat per affärsområde, Mkr

Konsumentprodukter		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Europa	2002	676	819			
	<i>Marginal,%</i>	6,0	6,9			
	2001	447	578	585	918	2.528
	<i>Marginal,%</i>	4,1	5,1	4,8	7,2	5,4
Nordamerika	2002	876	1.338			
	<i>Marginal,%</i>	6,6	8,9			
	2001	807	685	188	134	1.814
	<i>Marginal,%</i>	6,6	4,9	1,7	1,4	3,9
Övriga världen	2002	-22	98			
	<i>Marginal,%</i>	-0,6	2,3			
	2002	45	130	21	91	287
	<i>Marginal,%</i>	1,4	3,1	0,6	2,3	1,9
Professionella produkter						
Inomhus	2002	183	214			
	<i>Marginal,%</i>	6,0	7,1			
	2001	328	459	176	107	1.070
	<i>Marginal,%</i>	7,2	9,1	4,6	3,0	6,3
Utomhus	2002	386	435			
	<i>Marginal,%</i>	15,2	15,0			
	2001	331	371	280	331	1.313
	<i>Marginal,%</i>	13,1	13,8	13,3	15,6	13,9
Koncerngemensamma kostnader, m m		2002	-193	-182		
		2001	-106	-187	-165	-590
Jämförelsestörande poster		2002	1.885	-		
		2001	-	-	1.357	-1.498
					-1.498	-141

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

Ekonomiska rapporter under 2002

Rapport 3:e kvartalet 22 oktober

Electrolux ekonomiska information finns också tillgänglig på www.electrolux.com/ir.