

RAPPORT FÖR FÖRSTA HALVÅRET 2003

Stockholm den 17 juli 2003

- Bättre resultat för Konsumentprodukter i Europa trots ett besvärligt marknadsläge
- Fortsatt god försäljningstillväxt och högre resultat för Konsumentprodukter i Nordamerika i lokal valuta
- Negativ påverkan med 600 Mkr på rörelse-resultatet av förändrade valutakurser
- Avtal träffat om försäljning av kompressor-verksamheten

Innehåll

2	Nettoomsättning och resultat
3	Kassaflöde
3	Finansiell ställning
4	Utvecklingen per affärsområde
6	Strukturella förändringar
8	Värdeskapande
8	Övrigt
9	Koncernchefens kommentar
13	Förväntningar på andra halvåret 2003
14	Finansiella rapporter
21	Definitioner

<i>Belopp i Mkr, om ej annat angivits</i>	Första halvåret 2003	Första halvåret 2002	Förändring	Andra kvartalet 2003	Andra kvartalet 2002	Förändring
Nettoomsättning	65.375	70.804	-7,7%	33.313	37.224	-10,5%
Rörelseresultat ¹⁾	4.207	6.513	-35,4%	2.409	2.722	-11,5%
Rörelseresultat exkl. jämförelsestörande poster	4.207	4.628	-9,1%	2.409	2.722	-11,5%
<i>Marginal, %</i>	6,4	6,5		7,2	7,3	
Resultat efter finansiella poster ¹⁾	4.132	6.376	-35,2%	2.334	2.694	-13,4%
Resultat efter finansiella poster exkl. jämförelsestörande poster	4.132	4.491	-8,0%	2.334	2.694	-13,4%
<i>Marginal, %</i>	6,3	6,3		7,0	7,2	
Nettoresultat per aktie, kr ²⁾	9:05	14:60	-38,0%	5:10	5:60	-8,9%
Nettoresultat per aktie, exkl. jämförelsestörande poster, kr²⁾	9:05	9:35	-3,2%	5:10	5:60	-8,9%
Värdeskapande	2.010	2.084	-74	1.279	1.475	-196
Avkastning på eget kapital, %¹⁾	20,5	32,0				
Avkastning på eget kapital exkl. jämförelsestörande poster, %	20,5	20,5				

1. Jämförelsestörande poster på 1.885 Mkr ingår i resultatet för 2002, se sidan 2.

2. Beräknat på det genomsnittliga antalet aktier efter återköp, som uppgick till 315.1 miljoner (329.6) för det första halvåret.

AB ELECTROLUX (PUBL)

POSTADRESS

SE-105 45 STOCKHOLM

BESÖKSADRESS

S:T GÖRANSGATAN 143

TELEFON

08 - 738 60 00

TELEFAX

08 - 738 70 90

INVESTOR RELATIONS

08 - 738 60 03

HEMSIDA

www.electrolux.com/ir

E-MAIL ADDRESS

ir@electrolux.se

ORG. NR.

556009-4178

NETTOOMSÄTTNING OCH RESULTAT

Electrolux nettoomsättning för det första halvåret 2003 uppgick till 65.375 Mkr jämfört med 70.804 Mkr för motsvarande period föregående år. Av minskningen på -7,7% kan -10,8% hänföras till förändrade valutakurser, +0,7% till förändringar i koncernens struktur och +2,4% till pris/mix/volym.

Rörelseresultatet minskade till 4.207 Mkr (6.513), motsvarande 6,4% (9,2) av omsättningen. Resultatet efter finansiella poster sjönk till 4.132 Mkr (6.376), vilket motsvarade 6,3% (9,0) av omsättningen. Nettoresultatet minskade till 2.857 Mkr (4.812), motsvarande 9:05 kr (14:60) per aktie.

Jämförelsestörande poster under 2002

I ovan nämnda resultatsiffror för första halvåret 2002 ingår jämförelsestörande poster med 1.885 Mkr, avseende realisationsvinster från avyttringar av verksamheter.

Resultat exklusive jämförelsestörande poster

Exklusive de ovan redovisade jämförelsestörande posterna för 2002 minskade rörelseresultatet för det första halvåret 2003 med 9,1% till 4.207 Mkr (4.628), vilket motsvarade 6,4% (6,5) av nettoomsättningen. Resultatet efter finansiella poster minskade med 8,0% och uppgick till 4.132 Mkr (4.491), motsvarande 6,3% (6,3) av nettoomsättningen. Nettoresultatet sjönk med 7,2% till 2.857 Mkr (3.078), vilket motsvarade 9:05 kr (9:35) per aktie.

Påverkan av valutaförändringar

Förändringen av valutakurser jämfört med första halvåret föregående år, avseende både transaktions- och omräkningseffekter, har påverkat rörelseresultatet negativt med -600 Mkr och resultatet efter finansiella poster med -530 Mkr. Försämringen kan främst hänföras till förstärkningen av den svenska kronan mot amerikanska dollarn, kanadensiska dollarn och brittiska pundet.

Finansnetto

Finansnettot förbättrades till -75 Mkr (-137), huvudsakligen till följd av en lägre nettouplåning.

Andra kvartalet

Nettoomsättningen under det andra kvartalet 2003 uppgick till 33.313 Mkr (37.224). Av minskningen på -10,5% kan -10,4% hänföras till förändrade valutakurser, +1,2% till förändringar i koncernens struktur och -1,3% till volym/pris/mix.

Rörelseresultatet minskade med 11,5% till 2.409 Mkr (2.722), motsvarande 7,2% (7,3) av omsättningen. Resultatet efter finansiella poster sjönk med 13,4% till 2.334 Mkr (2.694), vilket motsvarade 7,0% (7,2) av omsättningen. Nettoresultatet uppgick till 1.611 Mkr (1.850), motsvarande 5:10 kr (5:60) per aktie.

I jämförelse med andra kvartalet 2002 har förändringen av valutakurser avseende både transaktions- och omräkningseffekter haft en negativ påverkan på rörelseresultatet med -375 Mkr och på resultatet efter finansiella poster med -340 Mkr. Effekten är främst hänförlig till

förstärkningen av den svenska kronan mot amerikanska dollarn, kanadensiska dollarn och det brittiska pundet.

KASSAFLÖDE

Det operativa kassaflödet från verksamheten efter finansnetto och skatt uppgick till -2.343 Mkr jämfört med 880 Mkr föregående år, efter justering för försäljningslikvider från avyttrade verksamheter. Försämringen beror främst på en ökning av rörelsekapitalet, i huvudsak hänförligt till en stor ökning av leverantörsskulden under första halvåret 2002. Högre skattebetalningar under andra kvartalet 2003 har också haft en negativ påverkan.

Första halvåret 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.

Mkr	Första halvåret 2003	Första halvåret 2002	Helår 2002
Kassaflöde från verksamheten exklusive förändring av rörelsetillgångar och -skulder	4.214	4.763	9.100
Förändring av rörelsetillgångar och -skulder	-5.340	-2.582	1.805
Investering	-1.409	-1.468	-3.335
Övrigt	192	167	95
Operativt kassaflöde	-2.343	880	7.665

FINANSIELL STÄLLNING

Eget kapital

Koncernens egna kapital uppgick per 30 juni 2003 till 27.391 Mkr (30.437), vilket motsvarade 87:70 kr (92:40) per aktie.

Avkastningen på eget kapital uppgick till 20,5% (32,0). Avkastningen på eget kapital föregående år exklusive jämförelsestörande poster uppgick till 20,5%.

Förändring av eget kapital, Mkr	Första halvåret 2003	Första halvåret 2002	Helår 2002
Ingående eget kapital	27.629	28.864	28.864
Utdelning	-1.894	-1.483	-1.483
Återköp av aktier	-872	-	-1.703
Minimiskuld, pensioner i USA	-	-	-1.335
Omräkningsdifferenser	-329	-1.756	-1.809
Nettoresultat	2.857	4.812	5.095
Utgående eget kapital	27.391	30.437	27.629

Likvida medel och skuldsättningsgrad

Nettoupplåningen minskade till 5.707 Mkr (6.896). Likvida medel uppgick vid slutet av perioden till 9.426 Mkr (14.336). Räntebärande skulder minskade till 15.133 Mkr (21.232).

Skuldsättningsgraden förbättrades till 0,20 (0,22). Soliditeten försämrades något och uppgick till 37,3% (39,5).

	30 juni, 2003	30 juni, 2002	31 december, 2002
Nettoskuld, Mkr			
Räntebärande skulder	15.133	21.232	15.698
Likvida medel	-9.426	-14.336	-14.300
Nettoupplåning	5.707	6.896	1.398
<i>Skuldsättningsgrad</i>	<i>0,20</i>	<i>0,22</i>	<i>0,05</i>
<i>Soliditet, %</i>	<i>37,3</i>	<i>39,5</i>	<i>39,7</i>

Nettotillgångar

Nettotillgångarna per 30 juni 2003 sjönk till 32.377 Mkr (34.777). De genomsnittliga nettotillgångarna för perioden minskade till 31.396 Mkr (37.985), främst till följd av strukturåtgärder och valutakursförändringar. De genomsnittliga nettotillgångarna, justerade för jämförelsestörande poster, uppgick till 33.803 Mkr (39.146), motsvarande 25,9% (27,6) av nettoomsättningen. Avkastningen på nettotillgångarna var 26,8% (34,3) och 24,9% (23,6) exklusive jämförelsestörande poster.

Varulager, kundfordringar och leverantörsskulder

Varulagren minskade till 16.300 Mkr (16.108) och kundfordringarna till 26.767 Mkr (26.754), vilket motsvarade 12,2% (11,3) respektive 20,1% (18,8) av den annualiserade nettoomsättningen. Leverantörsskulder uppgick till 16.025 Mkr (17.140), motsvarande 12,0% (12,1) av den annualiserade nettoomsättningen.

UTVECKLINGEN PER AFFÄRSOMRÅDE

Konsumentprodukter

Industrins leveranser av vitvaror i Europa ökade i volym med cirka 3% under det första halvåret 2003 jämfört med samma period föregående år. Marknaden i Västeuropa ökade med knappt 2%, medan Östeuropa visade en uppgång med cirka 9%. Koncernens försäljning av vitvaror i Europa ökade något, främst tack vare en god volymutveckling i Östeuropa och Storbritannien. Rörelseresultatet och marginalen var i stort sett oförändrade jämfört med föregående år. Rörelseresultatet påverkades negativt av framför allt förändringar i valutakurser samt en ökad priskonkurrens.

	Första halvåret, 2003	Andra kvartalet, 2003
Vitvarumarknaden i Europa, volym		
Förändring mot föregående år		
Västeuropa	+2%	0%
Östeuropa	+9%	+10%
Hela Europa	+3%	+2%

I USA visade industrins leveranser av vitvaror en svag ökning, jämfört med ett starkt första halvår 2002. Andra kvartalet ökade industrins leveranser i volym med cirka 1%. Inklusiva

utrustning för luftkonditionering och mikrovågsugnar ökade de totala leveranserna med nästan 7% under såväl första halvåret som under andra kvartalet. Både försäljning och rörelseresultat för koncernens nordamerikanska vitvaruverksamhet visade god tillväxt i dollar, men minskade i svenska kronor, jämfört med första halvåret 2002. Förbättringen av resultatet i dollar uppnåddes genom högre försäljningsvolym och en bättre intern effektivitet. Marginalen var dock oförändrad till följd av en ökad prispress.

Vitvarumarknaden i USA, volym	Första halvåret 2003	Andra kvartalet 2003
Förändring mot föregående år	2003	2003
Vitvaror	+1%	+1%
Vitvaror inkl luftkonditionering och mikrovågsugnar	+7%	+7%

Efterfrågan på vitvaror i Brasilien minskade väsentligt, framför allt under andra kvartalet. Försäljningen för koncernens brasilianska vitvaruverksamhet visade en ökning i lokal valuta, till följd av en ökad marknadsandel och högre export till Argentina, men minskade i svenska kronor. Rörelseresultatet förbättrades tack vare genomförda prishöjningar, men var fortfarande negativt.

Koncernens försäljning i Indien och Kina minskade väsentligt till följd av pågående omstruktureringar och konsolidering av verksamheten. Rörelseresultatet visade en markant nedgång och var negativt i båda länderna. (Se även Koncernchefens kommentar, sid 11).

Marknaden för vitvaror i Australien ökade i volym jämfört med första halvåret 2002. Koncernens australiensiska verksamhet rapporterade något lägre försäljning i lokal valuta. Rörelseresultatet förbättrades tack vare en ökad intern effektivitet.

Efterfrågan på dammsugare ökade något i Europa, men uppskattats ha sjunkit något i USA. Koncernens försäljning i Europa var i stort sett oförändrat jämfört med första halvåret 2002, medan försäljningen i USA minskade. Rörelseresultatet var väsentligt lägre, främst till följd av en försämrad produktmix och en ökad prispress i framför allt USA.

Efterfrågan på utomhusprodukter för konsumentmarknaden i Europa var lägre än första halvåret 2002 på flera marknader till följd av ogynnsamt väder. Försäljningen för koncernens europeiska verksamhet minskade något, men rörelseresultatet förbättrades tack vare högre effektivitet i tillverkningen.

Efterfrågan på utomhusprodukter i Nordamerika var i stort sett oförändrad. Koncernens försäljning visade en mindre ökning i lokal valuta. Rörelseresultatet och marginalen ökade i lokal valuta till följd av en mer gynnsam produktmix och bättre intern effektivitet.

Totalt sett minskade försäljningen för affärsområdet Konsumentprodukter efter omräkning till svenska kronor. Rörelseresultatet var lägre än föregående år med en något försämrad marginal.

Professionella Inomhusprodukter

Efterfrågan på storköksutrustning var väsentligt lägre än under första halvåret 2002. Koncernens försäljning minskade och rörelseresultatet visade en betydande nedgång.

Försäljningen av tvättutrustning minskade något på grund av en sämre efterfrågan i USA och Japan. Rörelseresultatet var lägre än föregående år med en oförändrad marginal.

Efterfrågan på kompressorer i Europa ökade jämfört med föregående år. Koncernen uppnådde en högre försäljning för jämförbara enheter. Rörelseresultatet visade en väsentlig uppgång, dock från en låg nivå. Förbättringen är ett resultat av genomförda strukturåtgärder och nedskrivningar av tillgångar samt högre volymer av nya produkter.

Den totala försäljningen för Professionella Inomhusprodukter minskade, främst till följd av avyttringar. Rörelseresultatet var i stort sett oförändrat för jämförbara enheter.

Professionella Utomhusprodukter

Efterfrågan på professionella motorsågar uppskattas ha ökat i både Europa och USA, framför allt avseende lägre specificerade modeller. Koncernens försäljning av motorsågar ökade jämfört med föregående år, särskilt i USA.

Koncernens försäljning av trädgårdsutrustning för professionella användare var högre än under föregående år, främst i USA. Försäljningen av diamantverktyg och kapmaskiner minskade för jämförbara enheter på grund av svag efterfrågan inom byggnadssektorn.

Totalt sett var försäljningen för Professionella Utomhusprodukter lägre än föregående år, exklusive förvärvet av Diamant Boart per 1 juli 2002. Rörelseresultatet förbättrades och marginalen var något högre.

STRUKTURELLA FÖRÄNDRINGAR

Strukturprogram under 2002

De strukturåtgärder som aviserades i december 2002 avser främst verksamheterna inom vitvaror i Nordamerika, Indien och Kina samt inom kompressorer. Syftet med åtgärderna är att öka produktiviteten och att anpassa kostnadsstrukturen. Totala kostnader och beräknade besparingar framgår av tabellen nedan.

Av den totala kostnaden på 1.338 Mkr under fjärde kvartalet 2002 har 671 Mkr utnyttjats per 30 juni 2003. Besparingarna under första halvåret 2003 uppgick till 60 Mkr. De hittills genomförda åtgärderna har inneburit en minskning av antalet anställda med cirka 1.600.

Strukturprogram under 2002, Mkr	Besparingar			
	Totalt utnyttjat per 1:a kvartalet kostnad 30 juni 2003	Utnyttjat per 1:a kvartalet 2003	under 2003	Beräknad besparing 2003
Vitvaror, Övriga världen	613	338	35	57
Vitvaror, Nordamerika	396	156	0	94
Vitvaror, Europa	177	61	12	40
Vitvaror totalt	1.186	555	47	191
Kompressorer	152	116	13	45
Totalt	1.338*	671	60	236

*Av den totala kostnaden avsåg 567 Mkr nedskrivningar av tillgångar.

Strukturprogram under 2001

De strukturåtgärder som aviserades under 2001 fortgår planerligt. Av den totala avsättningen på 3.261 Mkr som gjordes under 2001 hade cirka 2.908 Mkr utnyttjats fram till 30 juni 2003. Besparingar under första halvåret 2003 uppgick till cirka 268 Mkr jämfört med första halvåret 2002. De hittills genomförda åtgärderna har inneburit en minskning av antalet anställda med cirka 4.440. Besparingarna under 2003 förväntas uppgå till 329 Mkr jämfört med 2002.

Strukturprogram under 2001, Mkr	Totalt kostnad	Utnyttjat t o m 30 juni 2003	Ackumulerad besparing 1 jan. 2002 – 30 juni 2003	Besparing	Beräknad
				Under första halvåret 2003, jämfört med första halvåret 2002	ackumulerad besparing 1 jan. 2002 – 31 dec. 2003
Vitvaror, Europa	997	738	520	179	785
Dammsugare, Europa	19	19	11	7	18
Trädgårdsprodukter, Europa	157	124	128	25	166
Vitvaror, Nordamerika	114	107	186	13	237
Vitvaror, Övriga världen	40	36	66	0	89
Konsumentprodukter totalt	1.327	1.024	911	224	1.295
Storköksutrustning	168	167	146	7	189
Komponenter	1.710	1.674	479	35	647
Övrigt	56	43	57	2	79
Totalt	3.261	2.908	1.593	268	2.210

Avyttring av kompressorverksamhet

I början av juli träffades avtal om försäljning av koncernens kompressorverksamhet, som ingår i affärsområdet Professionella Inomhusprodukter. Verksamhetens externa försäljning uppgick 2002 till cirka 2.800 Mkr och antalet anställda var cirka 4.100. Försäljningen förväntas vara slutförd under september 2003 och beräknas inte ha någon väsentlig påverkan på koncernens resultat och finansiella ställning.

Investeringar i nya tillverkningsenheter

Styrelsen har godkänt en investering på cirka 600 Mkr (cirka 65 miljoner EUR) för byggandet av en ny fabrik för kylskåp i Nyíregyháza i Ungern. Fabriken kommer att vara specialiserad på kombinerade kyl- och frysskåp med en förväntad årlig kapacitet på cirka 560.000 enheter och med cirka 600 anställda. Projektet förväntas vara slutfört under första halvåret 2005.

Styrelsen har också godkänt en investering på cirka 80 Mkr för uppförandet av en ny fabrik för tvättmaskiner i St. Petersburg i Ryssland med en årlig tillverkningskapacitet på 150.000 enheter. Under villkor att nödvändiga överenskommelser kan nås avseende tullar och skatter, förväntas projektet vara genomfört under 2004.

VÄRDESKAPANDE

Värdeskapandet under första halvåret 2003 uppgick till 2.010 Mkr, jämfört med 2.084 Mkr under första halvåret föregående år.

Den totalt sett lägre försäljningen och rörelsemarginalen under det första halvåret uppvägdes av lägre nettotillgångar. Kapitalomsättningshastigheten steg till 3,87 från 3,62 föregående år.

Tabellen nedan visar värdeskapande per affärsområde.

Värdeskapande per affärsområde, Mrk	Första halvåret 2003	Första halvåret 2002	Förändring	Andra kvartalet 2003	Andra kvartalet 2002	Förändring
Konsumentprodukter						
Europa	923	896	27	488	522	-34
Nordamerika	983	1.060	-77	657	753	-96
Övriga världen	-610	-538	-72	-277	-192	-85
Konsumentprodukter totalt	1.296	1.418	-122	868	1.083	-215
Professionella produkter						
Inomhusprodukter	215	115	100	134	84	50
Utomhusprodukter	644	628	16	347	340	7
Professionella produkter totalt	859	743	116	481	424	57
Koncerngemensamma kostnader, m m	-145	-77	-68	-70	-32	-38
Totalt	2.010	2.084	-74	1.279	1.475	-196

Med värdeskapande menas röresresultatet exklusive jämförelsestörande poster minskat med en vägd, genomsnittlig kapitalkostnad (WACC) beräknad på koncernens genomsnittliga nettotillgångar. Koncernens WACC uppskattas till 13% före skatt.

ÖVRIGT

Asbestmål i USA

Koncernen är involverad i pågående rättsprocesser i USA avseende asbest. De flesta målen hänför sig till externt inköpta komponenter som använts i industriella produkter tillverkade före tidigt 1970-tal i verksamheter som inte längre ägs av Electrolux. De flesta målen har ett stort antal käranden som framställt likartade krav mot ett flertal andra bolag som inte ingår i Electrolux-koncernen.

Per 30 juni 2003 uppgick antalet pågående mål till 379 med totalt cirka 20.500 käranden. Under andra kvartalet 2003 tillkom 167 nya mål och 85 avfördes. Cirka 20.000 käranden hänför sig till mål i delstaten Mississippi.

Moderbolaget AB Electrolux

Moderbolagets nettoomsättning uppgick första halvåret 2003 till 3.175 Mkr (3.331). Resultatet efter finansiella poster var 5.147 Mkr (2.602), vilket inkluderar utdelningar från dotterbolag med 4.495 Mkr (3.975). Investeringarna uppgick till 31 Mkr (67). Likvida medel uppgick vid utgången av perioden till 4.667 Mkr (7.668) mot 8.090 Mkr vid årsskiftet.

Återköp av egna aktier och nedsättning av aktiekapitalet

Electrolux styrelse har beviljat ytterligare återköp av egna aktier i enlighet med bemyndigandet från bolagsstämman i april 2003.

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 2003 fördelas bolagets aktiekapital på 10.000.000 A-aktier och 314.100.000 B-aktier, totalt 324.100.000 aktier.

Under första halvåret 2003 återköpte Electrolux 6.155.700 egna B-aktier för totalt 872 Mkr, motsvarande en snittkurs på 142 kr per aktie. Per 30 juni 2003 ägde bolaget totalt 11.937.172 B-aktier, motsvarande 3,7% av det totala antalet utestående aktierna.

Återköp av aktier	Totalt antal utestående A- och B-aktier	Antal aktier som ägs av Electrolux	Antal aktier som ägs av övriga aktieägare
Antal aktier per den 1 januari 2003	338.712.580	20.394.052	318.318.528
Återköp av aktier under 1a kv 2003	--	2.726.700	--
Antalet aktier per den 31 mars 2003	338.712.580	23.120.752	315.591.828
Indragning av i maj 2003	-14.612.580	-14.612.580	--
Återköp av aktier under 2a kv 2003	--	3.429.000	-3.429.000
Antalet aktier per den 30 juni 2003	324.100.000	11.937.172	312.162.828

KONCERNCHEFENS KOMMENTAR

Efterfrågan på konsumentprodukter var generellt sett oförändrad eller något högre än föregående år i både Europa och USA. Industrins totala leveranser av vitvaror under andra kvartalet låg på en fortsatt hög nivå i USA och ökade något i Europa. Den brasilianska marknaden visade en betydande nedgång, särskilt under andra kvartalet.

Vi hade en bra säsong för utomhusprodukter trots att efterfrågan var något lägre än under 2002 på grund av ofördelaktigt väder, framför allt i Europa. Marknadsläget för Professionella Inomhusprodukter var svagt under både första och andra kvartalet.

Koncernens försäljning för jämförbara enheter ökade med 2% under första halvåret och minskade med 1% under andra kvartalet, justerat för förändringar i valutakurser. Försämringen av rörelseresultatet kan främst hänföras till Konsumentprodukter utanför Europa och Nordamerika samt till en negativ påverkan av valutakursförändringar. Rörelseresultatet för Konsumentprodukter i Nordamerika försämrades i svenska kronor men ökade med 6% i lokal valuta. Totalt sett hade förändringen av valutakurser en negativ påverkan på rörelseresultatet med 600 Mkr, i huvudsak hänförligt till omräkningseffekter till följd av försvagningen av amerikanska dollarn och brittiska pundet mot svenska kronan. Genomförda strukturåtgärder hade en positiv påverkan på rörelseresultatet. Kostnaden för material och inköpta komponenter var något lägre än föregående år. Utvecklingen av pris och mix var däremot totalt sett negativ.

Trots ett besvärligt marknadsläge med hård konkurrens låg rörelsemarginalen i nivå med föregående år, både för perioden som helhet och andra kvartalet. I andra kvartalet var marginalen 7,2%, vilket är en av de högsta som koncernen redovisat under senare år. Vi bör dock komma ihåg att andra kvartalet är det starkaste under året, på grund av utomhusprodukter och andra säsongsmässiga produkter som inte säljs i motsvarande volymer under resten av året.

Avkastningen på eget kapital uppgick till 20,5% och avkastningen på nettotillgångarna till 26,8%. Skuldsättningsgraden var oförändrad på 0,20,

Högre resultat i Europa trots besvärligt marknadsläge

Försäljningen för den europeiska vitvaruverksamheten visade en något högre tillväxt i volym än marknaden. Både rörelseresultatet och marginalen var i stort sett oförändrade, vilket avspeglar de besvärliga marknadsförhållandena i Västeuropa där flera marknader försvagades under andra kvartalet. Marginalen påverkades framför allt negativt av förändringar i valutakurser och en ökad prispress.

Vi var naturligtvis hjälpta av genomförda strukturåtgärder, som bl a inneburit nedläggning av en fabrik för kylskåp vid årsskiftet och en fabrik för spishällar i slutet av första kvartalet, båda i Tyskland. Det pågående arbete med att reducera antalet produktplattformar har också haft en positiv effekt. Under perioden introducerade vi en ny diskmaskin som är baserad på samma produktplattform för hela Europa, som dessutom kommer att bli vår globala plattform inom denna produktkategori. Ansträngningarna att halvera antalet produktplattformar inom vitvaror i Europa för att minska komplexiteten och kostnaderna fortgår planerligt. Vi förväntar oss att uppnå en minskning av antalet plattformar med cirka en tredjedel vid slutet av 2003 jämfört med 2001.

Utöver den ovan nämnda diskmaskinen har vi lanserat flera nya spisar, tvättmaskiner och kylskåp. Under andra halvåret kommer vi att introducera ett nytt sortiment av inbyggnadsprodukter. Vi lanserar också "Electrolux Icon" ett inbyggnadssortiment för främst den skandinaviska marknaden.

Vi fortsätter att konsolidera antalet varumärken i Europa. Under 2003 har vi börjat att kombinera lokala varumärken med Electrolux-varumärket på några huvudmarknader, bl a Arthur Martin i Frankrike, Juno i Tyskland, Zanussi i Storbritannien och Benelux-länderna. Rex, vårt största varumärke i Italien kommer att kombineras med Electrolux-varumärket fr o m det tredje kvartalet 2003. Den första gemensamma annonskampanjen för Electrolux-varumärket i Europa

kommer att lanseras under september i Sverige, Finland, Frankrike och flera länder i Centraleuropa.

Fortsatt god utveckling i Nordamerika

Som jag nämnde tidigare, hade den amerikanska verksamheten en fortsatt god försäljnings- och resultatutveckling i lokal valuta inom både vitvaror och utomhusprodukter. Vi stärkte vår marknadsandel inom båda produktområdena och uppnådde även en förbättrad intern effektivitet.

Försäljning och resultat för dammsugare i Nordamerika minskade till följd av en negativ prisutveckling och en försämrad produktmix på grund av ökad konkurrens från tillverkare i lågkostnadsländer. Även om marginalen från dammsugare i Nordamerika har minskat väsentligt är det från en hög nivå.

Vi fortsätter satsningarna inom vitvaror i Nordamerika vad gäller att förbättra produktutbudet och stärka våra varumärken. På en branschmessa i april i år visade vi vår nya "Icon line", ett sortiment av inbyggnadsprodukter, som kommer att lanseras i slutet av året i USA under varumärket Electrolux. Vi har utnyttjat koncernens globala resurser när vi tagit fram detta sortiment. Designen har utarbetats gemensamt av våra designers i USA och Italien och europeisk teknologi används i vissa produkter. Diskmaskinen är en produkt som kommer från vår verksamhet i Australien.

Utvecklingen i Indien och Kina

Resultatet för våra verksamheter i Kina och Indien har påverkats negativt av pågående strukturåtgärder och konsolidering.

Vi har ny ledning i båda länderna och vidtar omfattande åtgärder för att förbättra både den interna strukturen och det sätt som verksamheterna drivs.

I Kina har vi nu konsoliderat tillverkningen av kylskåp till en enhet. Vi har också dragit oss ur produktområden som inte hör till våra kärnområden och koncentrerar verksamheten på kylskåp och tvättmaskiner för de högre specificerade segmenten. Antalet anställda har minskats med cirka 600 sedan årsskiftet.

Kina blir alltmer betydelsefullt för koncernen som underleverantör av produkter och komponenter. För närvarande köper vi dammsugare, luftkonditioneringsapparater och vissa utomhusprodukter från kinesiska företag, som tillverkar enligt våra specifikationer och design. Vi utvärderar också möjligheterna att på längre sikt använda vår egen lokala produktionsbas för export från Kina. Vi har nyligen etablerat både ett designkontor och ett center för inköp och FoU i Shanghai-regionen.

I Indien har tillverkningen av kompressorer nu upphört i båda fabrikerna. Vi har också påbörjat en neddragning av kapaciteten i en fabrik för kylskåp och har startat s k Voluntary Retirement Schemes för att dra ner antalet anställda i de två övriga fabrikerna. Antalet anställda i Indien har reducerats med cirka 180 sedan årsskiftet. Vi måste dock sänka kostnaderna ytterligare och vidtar åtgärder för att uppnå detta samt ökar även ansträngningarna att stärka både produktutbudet och varumärken.

Både den indiska och kinesiska verksamheten integreras successivt allt bättre i koncernen för att ingå i globala produktråd och dra nytta av andra koncerngemensamma processer som inköp, ledarskapsutveckling och varumärken.

Vi implementerar nu våra planer för att nå lönsamhet i båda länderna. Även om det fortfarande finns en betydande osäkerhet om potentialen för dessa verksamheter är målsättningen att den kinesiska verksamheten ska nå ett nollresultat vid slutet av 2004. När det gäller Indien förväntar vi oss inte att nå ett nollresultat förrän 2005.

Fortsatt positiv trend för utomhusprodukter

Vi uppnådde ett förbättrat resultat och en fortsatt hög marginal för Professionella Utomhusprodukter. Utomhusprodukter för konsumentmarknaden hade också en god utveckling.

Koncernens utomhusprodukter har genom åren kontinuerligt haft en god tillväxt, både organiskt och genom förvärv. Detta gäller framför allt den professionella verksamheten under Husqvarna-varumärket och den nordamerikanska konsumentverksamheten. Den totala omsättningen för utomhusprodukter uppgår nu till närmare 27 miljarder kronor på årsbasis.

Alla utomhusprodukter har nu sammanförts under en gemensam ledning. Detta har gjorts för att bättre utnyttja koncernens samlade resurser inom området när det gäller varumärken, kundrelationer, produktkunskap, inköp och tillverkning. Det är nu andra säsongen som vi framgångsrikt säljer ett högspecificerat Husqvarna-sortiment för konsumenter genom de stora butikskedjorna i Nordamerika. Utomhusprodukterna är en viktig del av koncernen, och vi förväntar oss fortsatt tillväxt och en god resultatutveckling för dessa verksamheter.

Avyttring av kompressorverksamheten

I början av juli tecknade vi ett avtal avseende försäljning av kompressorverksamheten. Vi har därmed slutfört avyttringen av komponentverksamheten, som inte var strategisk för koncernen. Detta innebär att antalet produktlinjer inom Professionella Inomhusprodukter nu reducerats till två, storköksutrustning och tvättutrustning. Vi kommer nu att inrikta oss på att utveckla dessa.

Vi fortsätter att öka ansträngningarna för att köpa fler komponenter från lågkostnadsländer.

Investeringar i nya fabriker i Östeuropa

För att förbättra vår tillverkningsstruktur i Europa har styrelsen beslutat att investera i en ny kylskåpsfabrik i Ungern med en årlig kapacitet på 560.000 enheter. Beslut har också tagits om en ny tvättmaskinsfabrik i Ryssland, med en årlig kapacitet på 150.000 enheter. Den sammanlagda investeringen för båda projekten uppgår till cirka 680 Mkr.

Investeringarna kommer att minska komplexiteten och möjliggöra en ytterligare konsolidering av tillverkningen inom respektive produktområde. De kommer också att skapa förutsättningar för koncernen att växa på marknaderna i Östeuropa. Electrolux har redan idag en betydande tillverkningsbas i Ungern där vi producerar cirka 2 miljoner kylskåp och frysar samt 2 miljoner dammsugare per år.

Förväntningar på andra halvåret 2003^{*)}

Vi förväntar oss att efterfrågan på vitvaror under andra halvåret kommer att vara oförändrad eller öka något i både Europa och Nordamerika jämfört med samma period föregående år.

Den negativa resultatutvecklingen för vitvaruverksamhet i Indien och Kina förväntas fortsätta liksom den svagare utveckling för dammsugare i Nordamerika och för Professionella Inomhusprodukter. Den fortsatta försvagningen av amerikanska dollarn och brittiska pundet gentemot svenska kronan och euron kommer att ha en större negativ inverkan på koncernens resultat än vad som tidigare förutsågs.

De tidigare publicerade förväntningarna på koncernens resultat kvarstår och innebär att rörelseresultatet för helåret 2003 förväntas bli något lägre än under föregående år.

Hans Stråberg
VD och koncernchef

^{*)} Tidigare förväntningar publicerade i april 2003 löd:

”Även om det fortfarande råder osäkerhet om marknadsutvecklingen under resten av året, förväntar sig koncernen en i stort sett oförändrad efterfrågan inom vitvaror i både Europa och USA. Mot bakgrund av den negativa resultatutvecklingen inom vitvaror i Indien och Kina, en fortsatt prispress inom dammsugare i Nordamerika samt en svagare efterfrågan inom Professionella Inomhusprodukter, förväntas koncernens rörelseresultat för helåret bli något lägre än under föregående år.”

KONCERNENS RESULTATRÄKNING, MKR

	Första halvåret 2003	Första halvåret 2002	Andra kvartalet 2003	Andra kvartalet 2002	Helår 2002
Nettoomsättning	65.375	70.804	33.313	37.224	133.150
Kostnad för sålda varor	-49.585	-54.410	-25.073	-28.462	-101.705
Försäljningskostnader	-8.596	-8.769	-4.379	-4.565	-17.738
Administrationskostnader	-2.892	-2.922	-1.414	-1.471	-5.405
Övriga rörelseintäkter/kostnader	-95	-75	-38	-4	-137
Jämförelsestörande poster	-	1.885	-	-	-434
Rörelseresultat*	4.207	6.513	2.409	2.722	7.731
<i>Marginal, %</i>	6,4	9,2	7,2	7,3	5,8
Finansiella poster, netto	-75	-137	-75	-28	-186
Resultat efter finansiella poster	4.132	6.376	2.334	2.694	7.545
<i>Marginal, %</i>	6,3	9,0	7,0	7,2	5,7
Skatt	-1.277	-1.589	-721	-863	-2.459
Minoritetens andel i nettoresultat	2	25	-2	19	9
Nettoresultat	2.857	4.812	1.611	1.850	5.095
<i>* I beloppet ingår avskrivningar med:</i>	-1.702	-1.971	-848	-965	-3.854
Nettoresultat per aktie före och efter utspädning, kr	9:05	14:60	5:10	5:60	15:60
Antal aktier efter återköp, miljoner	312,2	329,6	312,2	329,6	318,3
Genomsnittligt antal aktier efter återköp, miljoner	315,1	329,6	314,0	329,6	327,1

KONCERNENS BALANSRÄKNING, MKR

	30 juni 2003	30 juni 2002	Helår 2002
Tillgångar			
Anläggningstillgångar	26.653	28.307	27.698
Varulager, m m	16.300	16.108	15.614
Kundfordringar	26.767	26.754	22.484
Övriga fordringar	5.218	7.318	5.328
Likvida medel	9.426	14.336	14.300
Summa tillgångar	84.364	92.823	85.424
Eget kapital och skulder			
Eget kapital	27.391	30.437	27.629
Minoritetsintressen	565	593	592
Räntebärande skulder och avsättningar	15.133	21.232	15.698
Icke räntebärande skulder och avsättningar	41.275	40.561	41.505
Summa eget kapital och skulder	84.364	92.823	85.424
Ansvarförbindelser	1.286	1.587	949

FÖRÄNDRING AV EGET KAPITAL, MKR

	Första halvåret 2003	Första halvåret 2002	Helår 2002
Ingående balans	27.629	28.864	28.864
Utdelning	-1.894	-1.483	-1.483
Återköp av aktier	-872	-	-1.703
Minimiskuld avseende pensioner i USA	-	-	-1.335
Omräkningsdifferenser m m	-329	-1.756	-1.809
Nettoresultat	2.857	4.812	5.095
Utgående balans	27.391	30.437	27.629

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS, MKR

	Första halvåret 2003	Första halvåret 2002	Helår 2002
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	4.132	6.376	7.545
Planenliga avskrivningar som belastat ovanstående resultat	1.702	1.971	3.854
Avsättningar och realisationsvinster/förluster	-692	-3.274	-1.272
Betald skatt	-928	-310	-1.027
Förändring av rörelsekapitalet			
Förändring av varulager	-920	-1.247	-706
Förändring av kundfordringar	-5.109	-4.641	28
Förändring av övriga omsättningstillgångar	-168	288	832
Förändring av rörelseskulder och avsättningar	857	3.018	1.651
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-1.126	2.181	10.905
Investeringsverksamheten			
Investeringar/avyttringar av verksamheter	-	3.142	2.229
Investeringar i materella anläggningstillgångar	-1.409	-1.468	-3.335
Aktivering av produktutveckling och mjukvaror	-174	-102	-195
Övrigt	366	269	290
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-1.217	1.841	-1.011
Utdelning	-1.894	-1.483	-1.483
Återköp av egna aktier	-872	-	-1.703
Kassaflöde efter utdelning	-5.109	2.539	6.708
Förändring av räntebärande skulder	439	-145	-4.157
Årets kassaflöde	-4.670	2.394	2.551
Likvida medel vid årets början	14.300	12.374	12.374
Kursdifferens i likvida medel	-204	-432	-625
Likvida medel vid periodens slut	9.426	14.336	14.300
Förändring av nettouplåningen			
Periodens kassaflöde exkl. förändring av lån	-5.109	2.539	6.708
Nettouplåning i början av året	-1.398	-10.809	-10.809
Kursdifferenser på nettouplåningen	800	1.374	2.703
Nettouplåning vid periodens slut	-5.707	-6.896	-1.398

NETTOOMSÄTTNING PER AFFÄRSOMRÅDE, MKR

	Första halvåret 2003	Första halvåret 2002	Andra kvartalet 2003	Andra kvartalet 2002	Helår 2002
Konsumentprodukter					
Europa	23.465	23.137	11.478	11.896	48.250
Nordamerika	25.207	28.374	13.179	15.090	48.450
Övriga världen	5.981	7.694	3.073	4.257	14.820
Konsumentprodukter totalt	54.653	59.205	27.730	31.243	111.520
Professionella produkter					
Inomhusprodukter	4.661	6.061	2.496	3.032	10.887
Utomhusprodukter	6.014	5.454	3.064	2.907	10.597
Professionella produkter totalt	10.675	11.515	5.560	5.939	21.484
Övrigt	47	84	23	42	146
Totalt	65.375	70.804	33.313	37.224	133.150

RÖRELSERESULTAT PER AFFÄRSOMRÅDE, MKR

	Första halvåret 2003	Första halvåret 2002	Andra kvartalet 2003	Andra kvartalet 2002	Helår 2002
Konsumentprodukter					
Europa	1.504	1.495	794	819	3.265
<i>Marginal, %</i>	<i>6,4</i>	<i>6,5</i>	<i>6,9</i>	<i>6,9</i>	<i>6,8</i>
Nordamerika	1.933	2.214	1.135	1.338	3.271
<i>Marginal, %</i>	<i>7,7</i>	<i>7,8</i>	<i>8,6</i>	<i>8,9</i>	<i>6,8</i>
Övriga världen	-170	76	-50	98	51
<i>Marginal, %</i>	<i>-2,8</i>	<i>1,0</i>	<i>-1,6</i>	<i>2,3</i>	<i>0,3</i>
Konsumentprodukter totalt	3.267	3.785	1.879	2.255	6.587
<i>Marginal, %</i>	<i>6,0</i>	<i>6,4</i>	<i>6,8</i>	<i>7,2</i>	<i>5,9</i>
Professionella produkter					
Inomhusprodukter	331	397	193	214	753
<i>Marginal, %</i>	<i>7,1</i>	<i>6,6</i>	<i>7,7</i>	<i>7,1</i>	<i>6,9</i>
Utomhusprodukter	948	821	506	435	1.508
<i>Marginal, %</i>	<i>15,8</i>	<i>15,1</i>	<i>16,5</i>	<i>15,0</i>	<i>14,2</i>
Professionella produkter totalt	1.279	1.218	699	649	2.261
<i>Marginal, %</i>	<i>12,0</i>	<i>10,6</i>	<i>12,6</i>	<i>10,9</i>	<i>10,5</i>
Koncerngemensamma kostnader, m m	-339	-375	-169	-182	-683
Jämförelsestörande poster	-	1.885	-	-	-434
Totalt	4.207	6.513	2.409	2.722	7.731

VÄRDESKAPANDE, MKR

	Första halvåret 2003	Första halvåret 2002	Andra kvartalet 2003	Andra kvartalet 2002	Helår 2002
Konsumentprodukter					
Europa	923	896	488	522	2.099
Nordamerika	983	1.060	657	753	1.170
Övriga världen	-610	-538	-277	-192	-1.011
Konsumentprodukter totalt	1.296	1.418	868	1.083	2.258
Professionella produkter					
Inomhusprodukter	215	115	134	84	291
Utomhusprodukter	644	628	347	340	1.090
Professionella produkter totalt	859	743	481	424	1.381
Koncerngemensammakostnader, m m	-145	-77	-70	-32	-178
Totalt	2.010	2.084	1.279	1.475	3.461

NYCKELTAL

	Första halvåret 2003	Första halvåret 2002	Andra kvartalet 2003	Andra kvartalet 2002	Helår 2002
Nettoreultat per aktie, kr ¹⁾	9:05	14:60	5:10	5:60	15:60
Avkastning på eget kapital, % ²⁾	20,5	32,0			17,2
Avkastning på nettotillgångar, % ³⁾	26,8	34,3			22,1
Skuldsättningsgrad ⁴⁾	0,20	0,22			0,05
Investeringar, Mkr	1.409	1.468	784	722	3.335
Medeltal anställda	79.895	83.597	80.282	83.867	81.971

1) Beräknat på det genomsnittliga antalet aktier efter återköp under första halvåret: 315,1 (329,6) miljoner.

2) Annualiserat nettoreultat i procent av genomsnittligt 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.

VÄXELKURSER I KR

	Första halvåret 2003	Första halvåret 2002	Helår 2002
USD, snittkurs	8:32	10:17	9:72
USD, slutet av perioden	8:04	9:14	8:78
EUR, snittkurs	9:17	9:16	9:15
EUR, slutet av perioden	9:17	9:11	9:16
GBP, snittkurs	13:44	14:74	14:58
GBP, slutet av perioden	13:25	14:03	14:09

KVARTALSUPPGIFTER

Nettoomsättning och resultat per kvartal		1 kv	2 kv	3 kv	4 kv	Helår
Nettoomsättning, Mkr	2003	32.062	33.313			
	2002	33.580	37.224	31.760	30.586	133.150
Rörelseresultat, Mkr	2003	1.798	2.409			
	<i>Margin, %</i>	5,6	7,2			
	2002	3.791	2.722	1.781	-563	7.731
	<i>Margin, %</i>	11,3	7,3	5,6	-1,8	5,8
	2002 ¹⁾	1.906	2.722	1.756	1.781	8.165
Resultat efter finansiella poster, Mkr	2003	1.798	2.334			
	<i>Margin, %</i>	5,6	7,0			
	2002	3.682	2.694	1.728	-559	7.545
	<i>Margin, %</i>	11,0	7,2	5,4	-1,8	5,7
	2002 ¹⁾	1.797	2.694	1.703	1.785	7.979
Nettoresultat, Mkr	2003	1.246	1.611			
	2002	2.962	1.850	1.239	-956	5.095
	2002 ¹⁾	1.228	1.850	1.222	1.221	5.521
Nettoresultat per aktie, kr	2003	3:95	5:10			
	2002	9:00	5:60	3:80	-2:80	15:60
	2002 ¹⁾	3:75	5:60	3:75	3:80	16:90
Värdeskapande, Mkr	2003	731	1.279			
	2002	609	1.475	636	741	3.461

1) Exklusive jämförelsestörande poster, som under 2002 uppgick till -434 Mkr.

NETTOOMSÄTTNING PER AFFÄRSOMRÅDE PER KVARTAL, MKR

Konsumentprodukter		1 st qtr	2 nd qtr	3 rd qtr	4 th qtr	Full year
Europa	2003	11.987	11.478			
	2002	11.241	11.896	12.605	12.508	48.250
Nordamerika	2003	12.028	13.179			
	2002	13.284	15.090	10.876	9.200	48.450
Övriga världen	2003	2.908	3.073			
	2002	3.437	4.257	3.332	3.794	14.820
Konsumentprodukter totalt	2003	26.923	27.730			
	2002	27.962	31.243	26.813	25.502	111.520
<i>Professionella produkter, Inomhus</i>	2003	2.165	2.496			
	2002	3.029	3.032	2.192	2.634	10.887
<i>Professionella produkter, Utomhus</i>	2003	2.950	3.064			
	2002	2.547	2.907	2.720	2.423	10.597
Professionella produkter totalt	2003	5.115	5.560			
	2002	5.576	5.939	4.912	5.057	21.484

RÖRELSERESULTAT PER AFFÄRSOMRÅDE PER KVARTAL, MKR

Konsumentprodukter		1 kv	2 kv	3 kv	4 kv	Helår
Europa	2003	710	794			
	<i>Marginal,%</i>	5,9	6,9			
	2002	676	819	828	942	3.265
	<i>Marginal,%</i>	6,0	6,9	6,6	7,5	6,8
Nordamerika	2003	798	1.135			
	<i>Marginal,%</i>	6,6	8,6			
	2002	876	1.338	577	480	3.271
	<i>Marginal,%</i>	6,6	8,9	5,3	5,2	6,8
Övriga världen	2003	-120	-50			
	<i>Marginal,%</i>	-4,1	-1,6			
	2002	-22	98	-41	16	51
	<i>Marginal,%</i>	-0,6	2,3	-1,2	0,4	0,3
Professionella produkter, Inomhus	2003	138	193			
	<i>Marginal,%</i>	6,4	7,7			
	2002	183	214	197	159	753
	<i>Marginal,%</i>	6,0	7,1	9,0	6,0	6,9
Professionella produkter, Utomhus	2003	442	506			
	<i>Marginal,%</i>	15,0	16,5			
	2002	386	435	356	331	1.508
	<i>Marginal,%</i>	15,2	15,0	13,1	13,7	14,2
Koncerngemensamma kostnader, m m	2003	-170	-169			
	2002	-193	-182	-161	-147	-683
Jämförelsestörande poster	2003	-	-			
	2002	1.885	-	25	-2.344	-434

FEM ÅR I SAMMANDRAG

Belopp i Mkr, om ej annat angivits	2002	2001	2000	1999	1998
Nettoomsättning	133.150	135.803	124.493	119.550	117.524
Rörelseresultat	7.731	6.281	7.602	7.204	7.028
<i>Marginal, %</i>	5,8	4,6	6,1	6,0	6,0
<i>Marginal exklusive jämförelsestörande poster, %</i>	6,1	4,7	6,5	6,2	5,2
Resultat efter finansiella poster	7.545	5.215	6.530	6.142	5.850
<i>Marginal, %</i>	5,7	3,8	5,2	5,1	5,0
<i>Marginal exklusive jämförelsestörande poster, %</i>	6,0	3,9	5,6	5,3	4,2
Nettoresultat	5.095	3.870	4.457	4.175	3.975
Nettoresultat per aktie, kr	15:60	11:35	12:40	11:40	10:85
Genomsnittligt antal aktier efter återköp, miljoner	327.1	340.1	359.1	366.2	366.2
Utdelning, justerat för emissioner	6:00	4:50	4:00	3:50	3:00
Värdeskapande	3.461	262	2.423	1.782	437
Avkastning på eget kapital, %	17,2	13,2	17,0	17,1	18,2
Avkastning på nettotillgångar, %	22,1	15,0	19,6	18,3	17,5
Skuldsättningsgrad	0,05	0,37	0,63	0,50	0,71
Investeringar	3.335	4.195	4.423	4.439	3.756
Genomsnittligt antal anställda	81.971	87.139	87.128	92.916	99.322

DEFINITIONER**Kapitalbegrepp**

Annualiserad nettoomsättning	Vid beräkning av nyckeltal, där kapitalbegrepp sätts i förhållande till nettoomsättning, används en annualiserad nettoomsättning omräknad till balansdagskurs som justeras för förvärv och avyttringar av verksamheter.
Nettotillgångar	Summa tillgångar exklusive likvida medel och räntebärande finansiella fordringar minskade med icke räntebärande skulder och avsättningar.
Justerat eget kapital	Eget kapital inklusive minoritetsintressen.
Rörelsekapital	Nettotillgångar minskade med anläggningstillgångar och uppskjutna skattefordringar/skulder.
Nettoupplåning	Totala räntebärande skulder minskade med likvida medel.
Skuldsättningsgrad	Nettoupplåning i förhållande till justerat eget kapital.
Soliditet	Justerat eget kapital i procent av totala tillgångar minus likvida medel.

Övriga nyckeltal

Resultat per aktie	Nettoresultat dividerat med det genomsnittliga antalet aktier efter återköp.
Operativt kassaflöde	Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten exklusive förvärv och avyttringar av verksamheter.
Rörelsemarginal	Rörelseresultat i procent av nettoomsättning.
Värdeskapande	Rörelseresultat exklusive jämförelsestörande poster minskat med en sammanvägd genomsnittlig kapitalkostnad (WACC) för genomsnittliga nettotillgångar exklusive jämförelsestörande poster: [(Nettoomsättning – rörelsekostnader = rörelseresultat) – (WACC x genomsnittliga nettotillgångar)]. Under 2003 och 2002 uppgick WACC till 13% före skatt. WACC för tidigare perioder har uppgått till 14% före skatt.
Avkastning på eget kapital	Nettoresultat i procent av genomsnittligt eget kapital.
Avkastning på nettotillgångar	Rörelseresultat i procent av genomsnittliga nettotillgångar.

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

Electrolux har i denna rapport tillämpat de redovisningsprinciper som anges i not 1 i årsredovisningen för 2002.

Telefonkonferens och presentationsmaterial

En telefonkonferens kommer att hållas den 17 juli 2003 klockan 15.00 (CET) med VD och koncernchef Hans Stråberg. En presentation av koncernens halvårsresultat för 2003 finns tillgänglig på www.electrolux.com/webcast1.

Ekonomiska rapporter under 2003

Rapport 3:e kvartalet 21 oktober

För mer information

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