

Stockholm den 10 mars 1998

## BOKSLUTSRAPPORT 1997

	1997	1997* exkl. engångsposter	Proforma 1996 exkl. Gränges	1996
Nettoomsättning, Mkr	113.000	113.000	101.556	110.000
Rörelseresultat, Mkr	2.654	4.550	4.033	4.448
Resultat efter finansiella poster, Mkr	1.232	3.128	2.937	3.250
Resultat före skatt, Mkr	1.283	3.179	2.719	3.032
Nettoresultat, Mkr	352	1.782	1.644	1.850
Nettoresultat per aktie, kr	4:80	24:30	22:40	25:30
Utdelning per aktie, kr	12:50	12:50	12:50	12:50
Avkastning på eget kapital, %	1,6	7,9	8,3	8,7
Avkastning på nettotillgångar, %	6,1	10,2	10,0	10,3
Soliditet, %	30,8	33,4	33,9	33,8
Skuldsättningsgrad	0,94	0,86	0,79	0,80
Investeringar, Mkr	4.329	4.329	4.424	4.807
Medeltal anställda	105.950	105.950	105.300	112.140

\* Exkl. kostnad på 2.500 Mkr för pågående strukturprogram och reavinst på 604 Mkr.

o God försäljnings- och resultatutveckling i Europa och USA

o Ökat resultat för vitvaror genom främst en väsentlig förbättring i Nordamerika

o Fortsatt mycket god utveckling för Utomhusprodukter

o Renodlingen till huvudområden i stort sett slutförd genom försäljning av flera verksamheter

o Det beslutade strukturprogrammet fortgår planerligt

o Styrelsen föreslår förutom en oförändrad utdelning en s k aktiesplit 5:1 samt en förändring av rösträtten för B-aktien från 1/1000 till 1/10

## **Ordförandens kommentar**

Electrolux produktområden kännetecknas även under goda marknadsförhållanden av hård konkurrens. För att uppnå en god lönsamhet krävs hög intern effektivitet och en kontinuerlig förnyelse av produkterna.

Inom vitvaror men även inom andra av koncernens områden sker en utveckling mot större och mer globalt verksamma företag både i tillverknings- och distributionsledet. De kostnadsfördelar som de större tillverkarna kan uppnå genom samordning mellan olika marknader av t ex produktutveckling, grundkonstruktioner och inköp, kommer ytterligare att skärpa konkurrensen för mindre och mer lokala företag.

Vi har inom Electrolux följt strategin att genom förvärv bygga upp ledande positioner på världsmarknaden och uppnå tillräckliga volymer inom huvudområdena. För att bättre ta tillvara dessa konkurrensfördelar och få en fokusering av resurserna, har vi under de senaste åren inriktat oss på att renodla koncernen till färre områden. Fr o m 1994 har tretton verksamheter med en sammanlagd omsättning på cirka 20 miljarder avyttrats, samtidigt som en rad satsningar gjorts inom huvudområdena.

### **Renodlingen slutförd**

Electrolux verksamhet är idag helt inriktad på hushållsprodukter, motsvarande produkter för professionella användare samt utomhusprodukter. Vi bedömer att koncernen med denna struktur har goda förutsättningar att ge aktieägarna en konkurrenskraftig och uthållig värdetillväxt på satsat kapital.

Den sista större förändringen var utdelningen till aktieägarna av dotterbolaget Gränges, som beslutades på bolagsstämman i april 1997. Bolaget noterades vid Stockholms Fondbörs i maj. Trots börsnedgången i slutet av året kan de aktieägare som behållit sina Gränges-aktier glädja sig åt en kursökning under 1997 på 27% eller från 98 kr till 124:50 kr per aktie. Kursen har ökat ytterligare under 1998. Även Electrolux-aktien hade en god utveckling och ökade under 1997 med 39%.

### **Ny VD och koncernchef**

I samband med bolagsstämman tillträdde Michael Treschow som ny VD och koncernchef i Electrolux efter Leif Johansson, som övergick till motsvarande position inom Volvo. Michael Treschow, som har en stor internationell och industriell erfarenhet, kommer från verkstadsbolaget Atlas Copco där han varit VD och koncernchef sedan 1990. I egenskap av ordförande även för Atlas Copco kan jag konstatera att detta bolag haft en mycket god utveckling under hans ledning.

Michael Treschow har genomfört en rad förändringar i koncernen och initierade i juni ett omfattande strukturprogram. Vi har sedan dess sett konkurrenter inom vitvaruindustrin annonsera liknande rationaliseringsprogram, vilket borde vara gynnsamt för lönsamheten i branschen.

### **Ökad rösträtt för B-aktien**

Aktiekapitalet i Electrolux omfattar A- och B-aktier, där A-aktierna har en röst och B-aktierna en tusendels röst. B-aktierna tillkom ursprungligen 1928 i samband med förvärv av utländska säljbolag. B-aktier har även emitterats under 1980-talet i samband med koncernens starka internationella expansion.

Den närmast obefintliga röststyrkan för B-aktierna har kommit att uppfattas alltmer negativt av aktörerna på kapitalmarknaden. Styrelsen har därför beslutat att lägga fram ett förslag på bolagsstämman om en ändring i bolagsordningen, som innebär att rösträtten för B-aktierna ökas till 1/10.

A- och B-aktierna är noterade vid Stockholms Fondbörs. B-aktien är dessutom noterad vid ett flertal utländska börser, i bl a London och inom Nasdaq-systemet i USA. En ökad rösträtt kommer förhoppningsvis att gynna intresset för Electrolux-aktien och ha en positiv påverkan på värderingen.

Styrelsen har också beslutat föreslå bolagsstämman en s k aktiesplit 5:1, dvs att det nuvarande nominella värdet på aktien ändras från 25 kr till 5 kr.

### **Finansiella mål och restriktioner**

Electrolux lönsamhet har under en längre tid varit otillfredsställande. Vi räknar nu med att koncernen genom strukturprogrammet ska kunna nå tidigare uppställda mål om en rörelsemarginal på 6,5-7% och en avkastning på eget kapital efter skatt på 15%.

När det gäller övriga finansiella mål kvarstår restriktionen att skuldsättningsgraden, dvs nettouplåningen i relation till justerat eget kapital, inte ska överstiga 1,0. På sikt har vi dock ambitionen att skärpa kraven något i detta avseende. Med en utdelning till aktieägarna som även fortsatt ska uppgå till 30-50% av nettovinsten har koncernen fortfarande tillräckligt utrymme för expansion. Koncernen bör dessutom under de närmaste åren kunna uppnå en minskad kapitalbindning och ett förbättrat kassaflöde.

### **Oförändrad utdelning**

Mot bakgrund av det pågående strukturprogrammet och kostnaderna för detta har styrelsen beslutat att föreslå bolagsstämman en oförändrad utdelning på 12:50 kr för 1997. Beslutet har även påverkats av en ökad försiktighet med anledning av krisen i Asien och eventuella effekter av denna på våra huvudmarknader i Europa och Nordamerika.

Det gångna året var på många sätt händelserikt för Electrolux med en rad förändringar, som jag är övertygad om kommer att bidra till en positiv utveckling för koncernen. Jag vill tacka alla anställda för goda arbetsinsatser under året.

Anders Scharp  
Styrelsens ordförande

## Koncernchefens kommentar

Marknadsläget i Europa förbättrades successivt under året inom de flesta av våra produktområden, dock med undantag för Tyskland och omkringliggande länder. Efterfrågan i USA låg på en fortsatt hög nivå. I Brasilien och Sydostasien skedde däremot en kraftig marknadsnedgång under främst andra halvåret.

Electrolux hade en god försäljningsutveckling i både Europa och USA. För jämförbara enheter och rensat för valutaeffekter ökade försäljningen under tredje och fjärde kvartalet med 8% respektive 9%. Försäljningsökningen för helåret var 5%.

Rörelseresultatet belastades under andra kvartalet med en reservering på 2.500 Mkr för det pågående strukturprogrammet. Exklusive engångsposter ökade rörelseresultatet med 13% till 4.550 Mkr, dock med en oförändrat låg marginal på 4%. Finansnettot påverkades negativt av framför allt en minskad räntedifferens mellan svenska kronan och utländska valutor, som innebar en väsentligt lägre ränteintäkt på terminer för skydd av eget kapital samt högre räntekostnader genom förstärkningen av dollarn. Resultatet efter finansiella poster ökade med 7% till 3.128 Mkr. En betydande resultatförsämring för verksamheten i Brasilien samt effekten av att koncernen ökade sin andel av kapitalet i bolaget, innebar en lägre minoritetsandel än under föregående år. Resultatet före skatt visade en ökning med 17% till 3.179 Mkr.

När det gäller utvecklingen för våra olika affärsområden uppnådde Utomhusprodukter en fortsatt god ökning av både försäljning och resultat och förbättrade sin rörelsemarginal till 8,9%. Till glädjeämnen hörde även en kraftig förbättring av resultatet för vitvaror i Nordamerika. Även vitvaror i Europa uppnådde ett ökat resultat, trots en svag efterfrågan och sämre produktmix på den betydelsefulla tyska marknaden. Inom vitvaror men även inom andra produktområden hade vi också en mycket god ökning på nya marknader i Östeuropa.

Till besvikelserna hör naturligtvis utvecklingen i Brasilien och Asien, som hade en betydande negativ påverkan på resultatet inom främst Hushållsprodukter. Förutom effekten av lägre volymer och priser tog vi under fjärde kvartalet kostnader på 150 Mkr på dessa marknader för anpassningar till den lägre efterfrågan. Vi hade också en fortsatt svag utveckling inom Professionell utrustning.

Det viktiga arbetet med att renodla strukturen fortsatte under året och innebar en rad avyttringar. Förutom utdelningen av Gränges till aktieägarna såldes Husqvarna Symaskiner och verksamheten inom godsskydd. I januari 1998 träffades avtal om försäljning av Överums Bruk inom lantbruksredskap och SIA-gruppen inom dekorations- och inredningsartiklar. Dessa verksamheter hade tillsammans en omsättning på cirka 10.300 Mkr. Av icke strategiska enheter utanför Hushållsprodukter, Professionell utrustning och Utomhusprodukter återstår nu endast återvinningsföretaget Gotthard Nilsson som omsätter knappt 2.000 Mkr.

### **Beslut om strukturprogram**

Electrolux har under en längre tid haft en svag resultatutveckling och otillfredsställande avkastning på eget kapital. Efter en förbättring under 1994-95 visade både rörelsemarginal och avkastning en negativ trend under 1996 och början av 1997. För helåret 1997 var rörelsemarginalen, exklusive engångsposter, 4,0% och avkastningen på eget kapital 7,9%.

För att skapa förutsättningar att nå koncernens långsiktiga mål om en rörelsemarginal på 6,5-7% och en avkastning på eget kapital på 15% tog vi i juni beslut om att genomföra ett omfattande strukturprogram. Syftet är att öka kapacitetsutnyttjandet och produktiviteten och sänka kostnadsnivån i verksamheten. De beslutade åtgärderna innebär inte att vi går ur något produktområde eller geografisk marknad.

Programmet kommer att genomföras under två år och innebär en minskning av antalet anställda med cirka 12.000 eller 11% genom dels nedläggning av cirka 25 fabriker och cirka 50 lagerställen, dels omfattande förändringar inom koncernens marknads- och försäljningsorganisationer. Antalet tillverkningsenheter uppgick före beslutet om strukturprogrammet till cirka 150 och antalet lagerställen till cirka 300.

Huvuddelen av de åtgärder som aviserats avser Europa och då framför allt vitvaror och dammsugare samt verksamheterna inom Professionell utrustning. De flesta enheterna inom koncernen berörs dock på något sätt av programmet. När det gäller fabriksnedläggningarna svarar Professionell utrustning för det största antalet genom att detta affärsområde också har den mest fragmenterade strukturen med många små enheter. Hushållsprodukter svarar däremot för den största delen av kostnaden och av personalneddragningarna.

Som jag tidigare nämnde beräknas kostnaden för programmet uppgå till cirka 2.500 Mkr, som i sin helhet togs under andra kvartalet. Cirka 80% av beloppet utgörs av avgångsvederlag och resterande del avser flyttkostnader och nedskrivning av tillgångar. Vi bedömer så här långt att den avsatta reserven ska vara tillräcklig.

Vid årsskiftet hade cirka 3.800 anställda lämnat koncernen till följd av programmet och cirka 700 Mkr utnyttjats av reserven. Förhandlingar om nedläggning hade inletts eller slutförts vid 16 tillverkningsenheter, som kommer att stängas vid olika tidpunkter under 1998 och i vissa fall 1999. Av större enheter ingår en fabrik för kylskåp och en för damm-sugare i Storbritannien, en för kylskåp i Finland, en för frysar i Ungern samt en för storköksutrustning i Sverige. Omfattande förändringar genomförs också inom vitvaror i Tyskland, som bl a innebär rationalisering av tillverkningen av tvättmaskiner och torktumlare. Totalt hade 17 lagerställen avvecklats och beslut fattats om stängning av ytterligare 16.

Programmet har hittills följt uppställda planer. Vi bör under framför allt andra halvåret 1998 successivt se positiva effekter i resultatet av genomförda åtgärder. Full effekt kommer naturligtvis inte att nås förrän på 2000-talet, dvs efter att de sista åtgärderna vidtagits under 1999.

### **Förändring av organisationen**

För att skapa klara ansvarsområden och en god överblick över den löpande verksamheten införde jag direkt efter mitt tillträde en ny organisation med sex affärsdrivande sektorer i stället för femton direktrapporterande produktlinjer. Antalet staber reducerades samtidigt från tolv till fem.

Samtliga sektor- och stabschefer ingår i koncernens ledningsgrupp och träffas en gång per månad. Varje kvartal har jag en uppföljning av den löpande verksamheten och strategierna för respektive sektor. Sedan i juni har vi även haft två sammankomster med de hundra högsta cheferna i koncernen.

Målsättningen är att den nya organisationen ska bidra till en bättre fokusering av interna resurser och processer.

### **Kompetensutveckling**

När det gäller den professionella utvecklingen av koncernens chefer behöver vi stimulera till en ökad rörlighet både mellan verksamheter och länder. Vi måste också uppnå en ökad mångfald vad gäller ålder och nationaliteter samt få en högre andel kvinnor på ledande befattningar.

Ett omfattande program för chefsutveckling är under utarbetande som komplement till de ledarskapsutbildningar som redan erbjuds inom Electrolux University. Under året genomfördes ett antal utbildningar inom bl a ledarskap, projektledning, strategisk utveckling, kvalitetsstyrning samt ett MBA-program som drivs tillsammans med ett antal andra multinationella företag.

### **Ökad intern effektivitet**

Renodlingen till huvudområdena och strukturprogrammet skapar en god bas för koncernens framtida utveckling. Arbetet med att minska fragmenteringen i verksamheten och få en mer sammanhållen koncern måste dock fortsätta.

Ett viktigt led i detta är att reducera antalet rörelsedrivande enheter, som vid årsskiftet fortfarande uppgick till nästan 600. Vi måste också förbättra och standardisera interna system och rutiner och få ett större utbyte av erfarenheter mellan olika verksamheter. Exempel på detta är skapandet av ett gemensamt bolag för Professionell utrustning som gjorts i flera länder. Ett annat exempel är sammanslagningen av vitvaror och utomhus-produkter i Nordamerika, som genomfördes från och med 1997 och där vi redan sett positiva resultat.

Stora ansträngningar läggs också ned på att åstadkomma en standardisering och gemensamma system inom IT-området, där vi för närvarande gör stora strategiska investeringar.

Ett annat område där vi bör kunna uppnå kostnadsänkningar är inköp. Koncernen köper varje år insatsmaterial, varor och tjänster för över 50 miljarder kronor. Materialandelen i vitvaror och flertalet av våra produkter uppgår till cirka 60% av totala produktkostnaden. Det finns ytterligare möjligheter att samordna inköpen inom koncernen för att ännu bättre utnyttja vår storlek. Vi kan dessutom förbättra den interna beslutsprocessen och mer systematiskt integrera inköpen i produktutvecklings- och produktionsprocesserna. Vi kommer aktivt att sträva efter långsiktiga samarbetsformer samt även utöka basen av leverantörer med nya företag utanför våra traditionella marknader, i t ex Asien och Östeuropa.

Även om det inom vitvaror och andra områden fortfarande finns betydande produktskillnader mellan olika geografiska marknader går det att utveckla mer av gemensamma grundkonstruktioner, s k produktplattformar, och standardiserade komponentsystem för att få ned kostnaden för varianter. En hel del arbete har redan gjorts inom tvättmaskiner och diskmaskiner i Europa. Koncernens senaste diskmaskin och nya frontmatade tvättmaskin i USA har båda utvecklats från europeiska plattformar. Under 1997 lanserades bl a en ny inbyggnadsugn i Europa där vi utifrån en och samma grundkonstruktion kan tillverka produkter som uppfyller kraven i samtliga europeiska länder. Antalet varianter av inbyggnadsugnar i tillverkningen kommer därigenom att minska med cirka 30%.

### **Starka varumärken**

Vi fortsätter att bygga upp koncernens globala och internationella varumärken. Det gäller t ex Electrolux, som är huvudmärke inom både Hushållsprodukter och Professionell utrustning när vi går in på nya marknader i Östeuropa, Asien och Latinamerika. Ett undantag utgör dock Indien, där koncernen fr o m 1997 fick tillbaka rätten till varumärket Kelvinator, som är ett av de största märkena för kylskåp i landet. Kelvinator används också inom vitvaror, kompressorer och Professionell utrustning i USA.

De senaste årens satsningar på nya produkter och ökad marknadsföring i USA har inneburit en uppgradering av varumärket Frigidaire, som också är ett av våra huvudmärken.

Till följd av de många förvärven har koncernen inom både vitvaror och Professionell utrustning i Europa ett stort antal varumärken. Marknaderna i Europa inom dessa områden domineras dock fortfarande av en stor mängd lokala tillverkare och varumärken med lång tradition och betydande marknadsandelar. Det stora antalet varumärken ökar visserligen komplexiteten, men skapar samtidigt möjligheter till differentiering i marknadsföringen och därmed tillväxt. Som jag nämnde tidigare är det därför nödvändigt att arbeta mer med gemensamma grundkonstruktioner och standardiserade komponenter för att åstadkomma denna differentiering på ett kostnadseffektivt sätt. Varumärken som inte tillför tillräckligt värde kommer långsiktigt inte att behållas.

### **Bra produktprogram**

Electrolux har ett bra produktprogram och är ledande inom flera områden, inte minst avseende miljöprestanda. Det gäller dock att kunna hålla hög takt i produktförnyelsen.

Koncernen har genom sin storlek en god bas relativt många konkurrenter inom produktutveckling. Vi strävar här efter att dels göra den interna processen effektivare, dels att få en mer marknadsstyrd inriktning på utvecklingsarbetet så att detta baseras på kartlagda konsumentbehov. En förändring av organisationen i detta syfte har bl a genomförts inom vitvaror i Europa.

Vi har också god kompetens inom design, som alltmer blir ett strategiskt konkurrensmedel för att positionera varumärken och kunna göra en ökad segmentering mot olika kundgrupper.

Strategin att vara ledande när det gäller produkter med förbättrade miljöegenskaper ligger fast. De miljöledande produkterna är i de flesta fall mer lönsamma än genomsnittet av koncernens produkter och deras andel av försäljningen ökar. En minskad förbrukning av energi och vatten ger lägre driftskostnader för konsumenten och bidrar till en minskad total kostnad för produkten över dess livslängd.

### **Förändringar i återförsäljarledet**

Vi kommer under de närmaste åren sannolikt att se en accelererande konsolidering i återförsäljarledet i Europa mot större företag med verksamhet i flera länder. Redan i början av 2000-talet kan de 100-150 större återförsäljare som idag dominerar vitvarumarknaden ha minskat till omkring 50. Motsvarande utveckling har redan skett i USA. Samtidigt ökar nya försäljningskanaler, som t ex Internet, på bekostnad av de traditionella kanalerna. EMU och den gemensamma valutan kommer dessutom att göra den europeiska marknaden transparent och påverka vår prissättning.

Nya köpvanor och väl informerade kunder kommer att ställa krav på ökad effektivitet hos både tillverkare och återförsäljare. Förändringar innebär dock som alltid inte bara hot utan även möjligheter.

Electrolux är den största vitvarutillverkaren i Europa. I kraft av vår storlek och geografiska spridning kommer vi även i fortsättningen att vara en intressant partner för både stora och små återförsäljare. Vi har flera av de största varumärkena i Europa och kan genom det stora antalet lokala märken och breda produktprogram erbjuda en hög grad av differentiering mellan olika kunder.

Vi inriktar oss på att genom bl a strukturprogrammet och pågående IT-satsningar öka effektiviteten inom t ex lagerhållning och transporter. Inom vitvaror i Europa sker också en förändring till en mer slagkraftig marknadsorganisation med bl a samordning av varumärkena i respektive land i ett gemensamt försäljningsbolag. Förändringarna gör att vi kan erbjuda en bättre service till våra kunder och samtidigt sänka kostnader för båda parter.



### **Electrolux har goda möjligheter**

Electrolux har starka positioner på världsmarknaden och ett antal värdefulla varumärken. Varje år köper konsumenter i närmare 150 länder över 55 miljoner produkter från koncernen. Vi säljer fler produkter än någon av våra konkurrenter inom en rad områden.

Koncernen har således en god bas vad gäller andelar och volym och bör ha förutsättningar för en konkurrenskraftig kostnadsstruktur. Vi måste dock uppnå en ökad samordning inom flera områden för att bättre dra nytta av vår totala storlek.

Det pågående strukturprogrammet syftar till att så snabbt som möjligt nå stabilitet och lönsamhet. Arbetet med att öka den interna effektiviteten måste dock fortsätta för att skapa större utrymme för offensiva satsningar inom t ex produktutveckling och marknadsföring.

När det gäller koncernens struktur med de tre affärsområdena ser jag ingen anledning till några stora förändringar. Det gäller dock att ha kraft att utveckla alla tre.

För att uppnå en geografisk spridning som i högre grad motsvarar fördelningen av världsmarknaden inom våra områden, bör vi fortsätta ansträngningarna att växa utanför Västeuropa och Nordamerika. Ett prioriterat område är naturligtvis Östeuropa, där koncernen haft en mycket god utveckling och ökat försäljningen från cirka 800 Mkr 1991 till cirka 3.800 Mkr 1997.

Trots turbulensen i Asien och den kraftiga marknadsnedgången i Brasilien ser jag fortfarande på lite längre sikt möjligheter till expansion på dessa marknader. Detta är också anledningen till att vi i november ökade ägarandelen i vårt brasilianska bolag från 50% av kapitalet till drygt 90%. Koncernen har en god position i Brasilien med en marknadsandel på 35 % inom kylskåp och drygt 40% inom frysar och har på kort tid uppnått en andel på mer än 20% inom tvättmaskiner. Vi bibehöll under 1997 våra marknadsandelar trots att vi fasade ut varumärket Prosdócimo och övergick till Electrolux. Trots en kraftig resultatnedgång visade bolaget ändå för helåret ett positivt nettoresultat.

Asien svarar för cirka 5% av koncernens totala försäljning. Japan har länge varit den största enskilda marknaden och svarar tillsammans med Kina och ASEAN-länderna, dvs Thailand, Malaysia, Singapore, Filippinerna och Indonesien, för huvuddelen av försäljningen i området. Koncernen har under de senaste åren även satsat på att etablera sig inom främst vitvaror i Indien och Kina. Fr o m januari 1997 började vi att sälja egentillverkade kylskåp i Indien under varumärket Kelvinator och hade en tillfredsställande försäljnings- och resultatutveckling. Koncernens verksamhet i Kina, som i huvudsak omfattar tillverkning av kylskåp och kylkompressorer, befinner sig till stora delar i ett uppbyggnadsskede och innebär en belastning på resultatet. Vi bör dock på lite längre sikt ha möjlighet att växa i Kina.

När det gäller ASEAN-länderna har vi gjort neddragningar och anpassat oss till det försämrade marknadsläget. Koncernen har under många år haft en god försäljnings- och resultatutveckling i området och hade även 1997 ett positivt rörelseresultat. Vi har inga planer på att dra oss ur området.

### **Värde för aktieägarna**

Koncernen har under senare år inte skapat tillräckligt värde för sina aktieägare. Under 1997 hade Electrolux-aktien dock en kurstillväxt på 39%, medan generalindex ökade med 25%. Bolagets börsvärde ökade med drygt 11 miljarder, utöver det värde som utdelningen av Gränges representerade för aktieägarna.

Målsättningen är att en placering i Electrolux långsiktigt ska ge en bättre avkastning än jämförbara investeringsalternativ. För att få en ökad fokus internt på värdetillväxt för aktieägarna arbetar vi med att vidareutveckla våra system för uppföljning av resultat och lönsamhet.

I linje med detta har styrelsen beslutat om ett nytt optionsprogram för cirka 100 ledande befattningshavare. Programmet är årligt och baseras på det värde som skapas efter att koncernens rörelseresultat belastats med ett marknadsmässigt avkastningskrav på nettotillgångarna. Vid noll värdeökning sker ingen tilldelning. De första optionerna kommer att ges ut i början av 1999 baserat på utvecklingen under 1998.

### **1998**

Vi förväntar oss under 1998 en fortsatt förbättring av marknadsläget i Europa, där koncernen har nästan 60% av omsättningen. Bedömningen är att vitvarumarknaden i Europa kommer att växa med 2-3% i volym, främst dock under första halvåret.

I USA, som svarar för nästan 30% av omsättningen, kommer efterfrågan sannolikt att ligga kvar på en hög nivå inom de flesta produktområden.

Vi inriktar oss framför allt på att enligt uppgjord tidplan genomföra beslutade strukturåtgärder, vilket bör medföra en väsentlig förbättring av rörelseresultatet jämfört med 1997.

Michael Treschow  
VD och Koncernchef

## Styrelsens redogörelse för verksamheten 1997

### Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning ökade 1997 till 113.000 Mkr jämfört med 110.000 Mkr under föregående år, varav 95% (92) eller 107.115 Mkr (101.654) utanför Sverige. Av ökningen på 3% utgjorde förändringar i koncernens struktur -8%, förändrade valutakurser +6% samt volym och pris/mix +5%. Gränges, som delades ut till aktieägarna i maj, ingår inte i bokslutet för 1997 men däremot under 1996. För övriga förändringar i koncernens struktur se sid 16.

### Resultat och lönsamhet

Koncernens rörelseresultat uppgick 1997 till 2.654 Mkr (4.448), resultatet efter finansiella poster till 1.232 Mkr (3.250) och resultatet före skatt till 1.283 Mkr (3.032).

Rörelseresultatet belastades under fjärde kvartalet med kostnader på cirka 150 Mkr för anpassning till det försämrade marknadsläget i Brasilien och ASEAN-länderna.

Nettoresultatet efter minoritetsandelar och skatt uppgick till 352 Mkr (1.850), motsvarande 4:80 kr (25:30) per aktie.

### *Reservering för strukturprogram*

I rörelseresultatet ovan ingår en reservering på 2.500 Mkr under andra kvartalet för det pågående strukturprogrammet och en realisationsvinst på 604 Mkr från försäljningen av Husqvarna Symaskiner under samma kvartal. För beskrivning av strukturprogrammet se separat avsnitt sid 12.

Exklusive strukturreserven och realisationsvinsten samt jämfört med föregående år exklusive Gränges förbättrades rörelseresultatet med 13% till 4.550 Mkr (4.033), motsvarande 4,0% (4,0) av nettoomsättningen. Resultatet efter finansiella poster ökade med 7% till 3.128 Mkr (2.937), motsvarande 2,8% (2,9) av nettoomsättningen. Resultatet före skatt förbättrades med 17% till 3.179 Mkr (2.719), motsvarande 2,8% (2,7) av nettoomsättningen.

### *Valutapåverkan*

Valutaförändringarna under året, både vad gäller transaktioner och omräkning av dotterbolags resultaträkningar, hade totalt en viss positiv påverkan på koncernens rörelseresultat. Effekten på resultatet efter finansiella poster var däremot negativ med cirka 40 Mkr.

### *Finansnetto*

Nettot av koncernens finansiella intäkter och kostnader uppgick till -1.422 Mkr (-1.198), motsvarande -1,3% (-1,1) av nettoomsättningen. Försämringen beror på en lägre förräntning av likvida medel i svenska kronor och italienska lire samt en minskad räntedifferens mellan svenska kronan och utländska valutor, som innebar en kraftigt minskad ränteintäkt på terminer avsedda för skydd av koncernens utländska eget kapital.

### Lönsamhet

Avkastningen på eget kapital efter skatt var 1,6% (8,7) och avkastningen på koncernens nettotillgångar 6,1% (10,3). Exklusive strukturreserven och realisationsvinsten samt Gränges under föregående år var avkastningen på eget kapital 7,9% (8,3) och avkastningen på nettotillgångarna 10,2% (10,0). För definitioner av använda nyckeltal se sid 23.

### Skatter

Koncernens redovisade skatter består av inkomstskatt inklusive latent skatt. Fastighetsskatter och andra likartade avgifter belastar sedan 1994 rörelseresultatet.

Den totala skatten för 1997 uppgick till 931 Mkr (1.182), vilket motsvarade 73% (39) av resultatet före skatt. Exklusive strukturprogrammet var skatten 41%. Koncernens skattesats påverkas negativt av att en stor del av verksamheten är i högskatteländer. Under året har dessutom förluster i vissa länder till följd av bl a det pågående strukturprogrammet skattemässigt inte kunnat utnyttjas.

### Kassaflöde

Koncernens kassaflöde från affärsverksamheten efter investeringar, rensat för valutakurseffekter, uppgick till 4.300 Mkr (2.116). Förbättringen uppnåddes framför allt genom en positiv förändring av rörelsekapitalet.

<i>Kassaflödet i sammandrag</i>	<b>1997</b>	1996
Rörelseresultat	<b>2.654</b>	4.448
Planenliga avskrivningar	<b>4.255</b>	4.438
Realisationsvinst/förlust	<b>-658</b>	-114
Strukturreserv, ej likviditetspåverkande 1997	<b>1.809</b>	-
Förändring av rörelsekapitalet	<b>584</b>	-1.889
Investeringar i verksamheter	<b>-968</b>	-1.096
Avyttringar av verksamheter	<b>1.061</b>	537
Övriga investeringar	<b>-4.437</b>	-4.208
<b>Kassaflöde från affärsverksamheten</b>	<b>4.300</b>	2.116

### Beslut om strukturprogram

Electrolux styrelse fattade den 12 juni 1997 beslut om ett strukturprogram som kommer att genomföras under två år.

Programmet innebär en minskning av antalet anställda med cirka 12.000 eller 11% genom omfattande förändringar av koncernens marknads- och försäljningsorganisationer samt nedläggning av cirka 25 fabriker och 50 lagerställen. Antalet fabriker uppgick innan programmet startade till cirka 150 och antalet lagerställen till cirka 300.

Målsättningen är att koncernen genom de beslutade åtgärderna ska nå sina långsiktiga mål om en rörelsemarginal på 6,5-7% och en avkastning på eget kapital på 15%.

Programmet har fortlöpt planenligt. Vid årsskiftet hade cirka 3.800 anställda lämnat koncernen till följd av genomförda åtgärder. Förhandlingar om nedläggning hade inletts eller slutförts vid 16 tillverkningsenheter i Storbritannien, Ungern, Sverige, Finland, Tjeckien, Österrike, Frankrike och Nordamerika. Vidare hade 17 lagerställen avvecklats och beslut fattats om stängning av ytterligare 16.

Totalt utnyttjades cirka 700 Mkr av den reserv på 2.500 Mkr, som avsattes under andra kvartalet. Cirka 80% av den totala reserven avser kostnader för avveckling av personal. Resterande del utgörs av flyttkostnader samt nedskrivning av lager och andra tillgångar.

Åtgärderna berör framför allt Hushållsprodukter och Professionell utrustning i Europa. För ytterligare uppgifter om programmet se även Koncernchefens kommentar på sid 5.

### **Utvecklingen per affärsområde**

Marknadsläget i Europa förbättrades successivt under året, framför allt inom Hushållsprodukter. Efterfrågan i USA låg på en fortsatt hög nivå inom de flesta produktområden. En kraftig nedgång i efterfrågan noterades däremot i Brasilien och Sydostasien.

Exklusive reserveringen för strukturprogrammet på 2.500 Mkr och realisationsvinsten från försäljningen av Husqvarna Symaskiner på 604 Mkr samt exklusive Gränges ökade rörelseresultatet, som nämnts ovan, med 13% till 4.550 Mkr (4.033). Ökningen kan till största delen hänföras till affärsområdet Utomhusprodukter. Även Professionell utrustning visade en god uppgång, dock från en låg nivå föregående år. Rörelseresultatet för Hushållsprodukter ökade endast marginellt.

#### *Hushållsprodukter*

Marknaden för vitvaror i Västeuropa ökade i volym med cirka 4% tack vare en god tillväxt under både tredje och fjärde kvartalet. Uppgången kan i huvudsak hänföras till Norden, Storbritannien och Spanien. Koncernens försäljning ökade jämfört med föregående år och rörelseresultatet förbättrades trots en sämre produktmix i framför allt Tyskland.

Vitvarumarknaden i USA ökade något i volym. Efterfrågan inom produktområdet luftkonditionering visade däremot en väsentlig nedgång. Koncernen uppnådde en god volymökning inom vitvaror. Resultatet för den nordamerikanska verksamheten inom vitvaror förbättrades väsentligt genom ett högre kapacitetsutnyttjande och kostnadsänkningar i rörelsen.

Efterfrågan på vitvaror i Brasilien var fr o m andra kvartalet väsentligt lägre än under föregående år, framför allt inom koncernens viktigaste produktområden kylskåp och frysar. Försäljningen för den brasilianska verksamheten minskade jämfört med helåret 1996 och resultatet visade en betydande nedgång.

Totalt sett förbättrades rörelseresultatet för koncernens vitvaror.

Resultatet för övriga hushållsprodukter försämrades jämfört med föregående år beroende på försäljningen av Husqvarna Symaskiner samt övertagandet av resterande 50% av en elmotorverksamhet från tyska AEG, som endast ingick under en del av föregående år. En god försäljnings- och resultatutveckling noterades däremot för fritidsprodukter samt dammsugare med undantag av direktförsäljningen.

Totalt sett uppnådde affärsområdet en ökning av nettoomsättning och rörelseresultat, dock med en något försämrad marginal.

#### *Professionell utrustning*

Efterfrågan på storköksutrustning i Västeuropa var i stort sett oförändrad. Koncernens försäljning inom produktområdet ökade något, men resultatutvecklingen var fortsatt svag. En förbättring uppnåddes dock jämfört med föregående år genom interna åtgärder och en god utveckling inom mat- och dryckesautomater.

Inom tvättutrustning noterades en viss förbättring av marknadsläget i Europa under andra halvåret. Produktlinjen uppnådde en något ökad försäljningsvolym, vilket tillsammans med kostnadssänkningar i rörelsen medförde en god resultatökning jämfört med föregående år.

Försäljningen av kylutrustning ökade för jämförbara enheter och resultatet förbättrades. Även städutrustning uppnådde en högre försäljningsvolym och ett något bättre resultat med undantag för direktförsäljningen. Resultatet för båda produktlinjerna låg dock på en fortsatt låg nivå.

Affärsområdets nettoomsättning och rörelseresultat ökade jämfört med föregående år och marginalen förbättrades.

#### *Utomhusprodukter*

Efterfrågan på motorsågar ökade jämfört med föregående år. Husqvarna uppnådde en högre försäljningsvolym och resultatet förbättrades.

Marknaden för trädgårdsprodukter i USA visade en uppgång inom flera produktområden. Koncernens försäljning ökade jämfört med föregående år och resultatet för den amerikanska verksamheten förbättrades.

Efterfrågan på trädgårdsprodukter i Europa var totalt sett oförändrad. Koncernen uppnådde en något ökad försäljningsvolym, framför allt i Storbritannien. Resultatet för den europeiska verksamheten förbättrades, huvudsakligen dock till följd av de strukturförändringar som genomfördes under föregående år.

Affärsområdets nettoomsättning och rörelseresultat visade en god ökning med en något förbättrad marginal.

### **Eget kapital**

Koncernens eget kapital hade per den 31 december 1997 minskat till 20.565 Mkr (22.428), vilket huvudsakligen förklaras av utdelningen av Gränges. Avsättningen för strukturprogrammet hade också en negativ påverkan. Jämförelsesiffran för föregående år exklusive Gränges var 20.645 Mkr. Eget kapital per aktie var 281 kr jämfört med 306 kr föregående år eller 282 kr exklusive Gränges.

#### *Förändring i eget kapital, Mkr*

Ingående eget kapital	22.428
Kontant utdelning	-915
Utdelning av Gränges	-1.783
Omräkningsdifferenser etc	483
Årets nettoresultat	352
<b>Eget kapital vid årets slut</b>	<b>20.565</b>

### **Soliditet och skuldsättningsgrad**

Soliditeten uppgick till 30,8% jämfört med 33,8% föregående år. Vid beräkning av soliditeten har korta lån minskats med likvida medel.

Skuldsättningsgraden, dvs nettoupplåningen i förhållande till justerat eget kapital, uppgick till 0,94 (0,80). Försämringen av soliditeten och skuldsättningsgraden beror huvudsakligen på reserveringen för strukturprogrammet samt förvärv av ytterligare aktier i Electrolux do Brasil som minskat posten minoritetsintressen i balansräkningen.

Likvida medel uppgick vid årets slut till 9.834 Mkr (13.510), motsvarande 8,6% (12,1) av koncernens nettoomsättning. En stor del av koncernens likvida medel användes under året för återbetalning av långa lån.

Samtliga uppgifter ovan är beräknade inklusive kostnaden för strukturprogrammet och realisationsvinster samt för 1996 inklusive Gränges. För definition av använda begrepp se sid 23.

### **Nettotillgångar**

Koncernens nettotillgångar, dvs totala tillgångar med avdrag för likvida medel och samtliga icke räntebärande skulder inklusive latent skatteskuld på obeskattade reserver, sjönk till 41.637 Mkr (43.824). Minskningen är främst en följd av utdelningen av Gränges och försäljningen av verksamheter. Nettotillgångarna uppgick efter justering för valutaeffekter till 36,5% (39,1) av omsättningen. Nedgången beror huvudsakligen på uppbokningen av strukturrenserven.

### *Varulager och kundfordringar*

Varulagren uppgick 1997 till 16.454 Mkr (17.334) och kundfordringarna till 21.184 Mkr (20.494), vilket efter justering för valutaeffekter motsvarade 14,4% (15,5) respektive 18,6% (18,3) av nettoomsättningen.

### **Investeringar**

Investeringarna uppgick 1997 till 4.329 Mkr (4.807), varav 591 Mkr (527) i Sverige. Investeringarna motsvarade därmed 3,8% (4,4) av koncernens nettoomsättning.

### **Förändringar i koncernens struktur**

Per den 20 maj 1997 delades samtliga aktier i dotterbolaget Gränges ut till Electrolux aktieägare. För varje aktie i Electrolux, oavsett aktieslag, erhöles ½ aktie i Gränges. Utdelningen minskade koncernens eget kapital med 1.783 Mkr och de totala tillgångarna med 5.594 Mkr. Bolaget noterades fr o m den 21 maj på O-listan vid Stockholms Fondbörs. Gränges har retroaktivt eliminerats ur koncernens räkenskaper för 1997. Bolaget hade 1996 en nettoomsättning på 8.400 Mkr och cirka 6.800 anställda.

I början av april träffades slutligt avtal om försäljning av Husqvarna Symaskiner. Försäljningen medförde en realisationsvinst på 604 Mkr. Då avtalet innebar att köparen tillträdde retroaktivt fr o m den 1 januari 1997 ingår inte heller denna verksamhet i bokslutet för 1997. Husqvarna Symaskiner hade 1996 en nettoomsättning på 850 Mkr och cirka 700 anställda.

Per den 30 juni såldes verksamheten inom godsskydd med en årsomsättning på 250 Mkr och cirka 230 anställda. Försäljningen medförde en realisationsvinst på cirka 50 Mkr.

I slutet av januari 1998 träffades avtal om försäljning av verksamheten inom produktlinje lantbruksredskap samt koncernens aktieinnehav i SIA-gruppen. Verksamheten inom lantbruksredskap hade 1997 en omsättning på 267 Mkr och 250 anställda. SIA-gruppen, som är inriktad på försäljning av dekorations- och inredningsartiklar, hade 1997 en omsättning på 535 Mkr och cirka 270 anställda. Båda försäljningarna beräknas vara slutförda under mars 1998 och kommer att ske retroaktivt fr o m 1 januari.

I november förvärvades genom ett offentligt erbjudande ytterligare 67.720 miljoner icke röstberättigade preferensaktier i Electrolux do Brasil S.A., tidigare Refripar, för totalt BRL 137 miljoner (cirka 900 Mkr). Electrolux ägarandel i bolaget uppgår därmed till 99,9% av de röstberättigade aktierna och 82,9% av de icke röstberättigade preferensaktierna, motsvarande 91,03% av kapitalet. Före erbjudandet uppgick Electrolux andel i bolaget till 99,9% av de röstberättigade och 4% av de icke röstberättigade aktierna, motsvarande 50% av kapitalet.

I december förvärvades även S.C. Samus S.A., den ledande spistillverkaren i Rumänien, med en årsomsättning på cirka 150 Mkr och 2.200 anställda.



## **Mål om pensionsförpliktelser i USA**

I april 1997 avslutades en rättegång mot Electrolux amerikanska dotterbolag White Consolidated Industries Inc. i ett mål avseende pensionsförpliktelser, som pågått inför federal domstol i Pittsburg, USA sedan 1991.

Käranden i målet är ett statligt amerikanskt organ, The Pension Benefit Guaranty Corporation (PBGC), som har till uppgift att säkerställa betalning av företagspensioner. PBGC hävdar att White Consolidated haft som huvudsyfte att undandra sig pensionsförpliktelser vid försäljningen av en verksamhet. Försäljningen gjordes 1985, d v s året innan Electrolux förvärvade White Consolidated. I mars 1997 uppskattade PBGC under-skottet i de pensionsplaner som White Consolidated anses ansvarigt för till cirka USD 177 miljoner inklusive ränta. Electrolux anser att PBGCs talan saknar grund och har därför inte gjort någon reservering för beloppet. Dom i målet har ännu inte meddelats.

## **Moderbolaget**

Moderbolagets nettoomsättning uppgick 1997 till 5.791 Mkr (5.123), varav 2.930 Mkr (2.351) avsåg försäljning till koncernbolag och 2.861 Mkr (2.772) försäljning till utomstående kunder. Efter bokslutsdispositioner på 102 Mkr (-80) och skatter på -70 Mkr (-135), uppgick årets nettoresultat till 1.652 Mkr (1.263).

## **Förslag till utdelning**

Styrelsen föreslår en oförändrad utdelning på 12:50 kr per aktie eller totalt 915 Mkr.

## **Förslag om ökad rösträtt för B-aktien och aktiesplit**

Styrelsen föreslår också ändring i bolagsordningen så att rösträtten för B-aktierna ökas från 1/1000 till 1/10. Förslaget, som kräver viss kvalificerad majoritet av såväl A- som B-aktieägare, innebär att B-aktiernas andel av rösterna i bolaget ökar från 3,4% till 78,1% och att A-aktiernas andel minskar från 96,6% till 21,9%.

Styrelsen föreslår även att det nominella värdet på bolagets samtliga aktier ändras från 25:00 kr till 5:00 kr. Om bolagsstämman godkänner styrelsens förslag beräknas samtliga Electrolux-aktier noteras med det nya nominella värdet, samt B-aktien med det nya röstvärdet, fr o m den 2 juni 1998.

## **Optionsprogram**

Styrelsen har beslutat att införa ett optionsprogram för cirka 100 ledande befattningshavare. Programmet är årligt och tilldelningen av optioner baseras på det värde som skapas efter att koncernens rörelseresultat belastats med ett marknadsmässigt avkastningskrav på koncernens nettotillgångar. Vid utebliven värdeökning sker ingen tilldelning. Optionerna kan utnyttjas för köp av Electrolux-aktier och en option berättigar till en aktie. Lösenpriset uppgår till 115% av börskursen vid utgivandet av optionen. Löptiden är 5 år.

De första optionerna kommer att ges ut i början av 1999 baserat på det värde som skapas under 1998. Kostnaden för 1998-års program är maximerad till 50 Mkr plus sociala kostnader.

**KONCERNENS RESULTATRÄKNING, Mkr**

	<b>1997</b>	<b>1997 exkl. engångsposter</b>	1996	Proforma 1996 exkl. Gränges
<b>Nettoomsättning</b>	<b>113.000</b>	<b>113.000</b>	110.000	101.556
Rörelsens kostnader *	<b>-110.346</b>	<b>-108.450</b>	-105.552	-97.523
<b>Rörelseresultat</b>	<b>2.654</b>	<b>4.550</b>	4.448	4.033
<i>i % av nettoomsättningen</i>	<i>2,3</i>	<i>4,0</i>	<i>4,0</i>	<i>4,0</i>
Finansiella poster, netto	<b>-1.422</b>	<b>-1.422</b>	-1.198	-1.096
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>1.232</b>	<b>3.128</b>	3.250	2.937
<i>i % av nettoomsättningen</i>	<i>1,1</i>	<i>2,8</i>	<i>3,0</i>	<i>2,9</i>
Minoritetens andel i resultat före skatt	<b>51</b>	<b>51</b>	-218	-218
<b>Resultat före skatt</b>	<b>1.283</b>	<b>3.179</b>	3.032	2.719
<i>i % av nettoomsättningen</i>	<i>1,1</i>	<i>2,8</i>	<i>2,8</i>	<i>2,7</i>
Skatt	<b>-931</b>	<b>-1.397</b>	-1.182	-1.075
<b>Nettoresultat</b>	<b>352</b>	<b>1.782</b>	1.850	1.644
* I beloppet ingår avskrivningar med	<b>-4.255</b>	<b>-4.255</b>	-4.438	-4.011

**KONCERNENS BALANSRÄKNING, Mkr**

	<b>31 dec. 1997</b>	31 dec. 1996	Proforma 31 dec. 1996 exkl. Gränges
Anläggningstillgångar	<b>27.780</b>	28.946	26.684
Varulager m m	<b>16.110</b>	17.138	15.545
Kortfristiga fordringar	<b>25.916</b>	25.575	24.069
Likvida medel	<b>9.834</b>	13.510	13.277
<b>Summa tillgångar</b>	<b>79.640</b>	85.169	79.575
Eget kapital	<b>20.565</b>	22.428	20.645
Minoritetsintressen	<b>913</b>	1.952	1.949
Räntebärande skulder och avsättningar	<b>29.993</b>	32.954	31.170
Icke räntebärande skulder och avsättningar	<b>28.169</b>	27.835	25.811
<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>79.640</b>	85.169	79.575

**MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING, Mkr**

	<b>1997</b>	1996
<b>Nettoomsättning</b>	<b>5.791</b>	5.123
Koncernbidrag	<b>1.713</b>	1.441
Rörelsens kostnader	<b>-6.015</b>	-5.612
<b>Rörelseresultat</b>	<b>1.489</b>	952
Finansiella poster, netto	<b>131</b>	526
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>1.620</b>	-1.478
Bokslutsdispositioner	<b>102</b>	-80
<b>Resultat före skatt</b>	<b>1.722</b>	1.398
Skatt	<b>-70</b>	-135
<b>Nettoresultat</b>	<b>1.652</b>	1.263

**MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING, Mkr**

	<b>31 dec. 1997</b>	31 dec. 1996
Anläggningstillgångar	<b>25.812</b>	24.440
Varulager m m	<b>482</b>	467
Kortfristiga fordringar	<b>655</b>	710
Fordringar på dotterbolag	<b>4.046</b>	3.856
Likvida medel	<b>3.159</b>	6.574
<b>Summa tillgångar</b>	<b>34.154</b>	<b>36.047</b>
Eget kapital	<b>10.320</b>	11.185
Skulder till dotterbolag	<b>4.696</b>	2.661
Räntebärande skulder och avsättningar	<b>17.019</b>	20.041
Obeskattade reserver	<b>574</b>	676
Icke räntebärande skulder och avsättningar	<b>1.545</b>	1.484
<b>Summa skulder och eget kapital</b>	<b>34.154</b>	<b>36.047</b>

**Nettoomsättning per affärsområde**

<i>exkl. Gränges</i>	<b>1997</b>	<b>Andel</b>	1996	Andel
	<b>Mkr</b>	<b>%</b>	Mkr	%
Hushållsprodukter	<b>81.419</b>	<b>72,0</b>	73.539	72,4
Professionell utrustning	<b>11.413</b>	<b>10,1</b>	10.869	10,7
Utomhusprodukter	<b>18.087</b>	<b>16,0</b>	15.061	14,9
Övrigt	<b>2.081</b>	<b>1,9</b>	2.087	2,0
<b>Totalt</b>	<b>113.000</b>	<b>100,0</b>	101.556	100,0

**Rörelseresultat per affärsområde**

<i>exkl. engångsposter<sup>1)</sup> och Gränges</i>	<b>1997</b>	<b>Andel</b>	1996	Andel
	<b>Mkr</b>	<b>%</b>	Mkr	%
Hushållsprodukter	<b>2.520</b>	<b>55,4</b>	2.455	60,9
<i>Marginal,%</i>	<i>3,1</i>		<i>3,3</i>	
Professionell utrustning	<b>290</b>	<b>6,4</b>	190	4,7
<i>Marginal,%</i>	<i>2,5</i>		<i>1,7</i>	
Utomhusprodukter	<b>1.613</b>	<b>35,4</b>	1.295	32,1
<i>Marginal,%</i>	<i>8,9</i>		<i>8,6</i>	
Övrigt <sup>2)</sup>	<b>127<sup>3)</sup></b>	<b>2,8</b>	93	2,3
<i>Marginal,%</i>	<i>6,1</i>		<i>4,5</i>	
<b>Totalt</b>	<b>4.550</b>	<b>100,0</b>	4.033	100,0

1) Exklusive kostnad på 2.500 Mkr för pågående strukturprogram och reavinst på 604 Mkr från försäljningen av Husqvarna Symaskiner.

2) Omfattar huvudsakligen återvinningsverksamheten inom Gotthard Nilsson AB.

3) Inklusive reavinst på cirka 50 Mkr från försäljning av verksamheten inom godsskydd.

**Nettoomsättning och resultat per kvartal**

		<b>1kv</b>	<b>2kv</b>	<b>3kv</b>	<b>4kv</b>	<b>Helår</b>
Nettoomsättning, Mkr	<b>1997</b>	<b>26.345</b>	<b>30.928</b>	<b>27.906</b>	<b>27.821</b>	<b>113.000</b>
	1996	27.582	29.430	25.911	27.077	110.000
	1996 <sup>2)</sup>	25.499	27.338	23.857	24.862	101.556
Rörelseresultat, Mkr	<b>1997<sup>1)</sup></b>	<b>1.004</b>	<b>1.324</b>	<b>1.102</b>	<b>1.120</b>	<b>4.550</b>
	<i>Marginal, %</i>	3,8	4,3	3,9	4,0	4,0
	1996	1.156	1.246	913	1.133	4.448
	<i>Marginal, %</i>	4,2	4,2	3,5	4,2	4,0
	1996 <sup>2)</sup>	1.064	1.156	819	994	4.033
	<i>Marginal, %</i>	4,2	4,2	3,4	4,0	4,0
Resultat efter finansiella poster, Mkr	<b>1997</b>	<sup>1)</sup>	<b>683</b>	<b>949</b>	<b>750</b>	<b>746</b>
	<b>3.128</b>					
	<i>Marginal, %</i>	2,6	3,1	2,7	2,7	2,8
	1996		901	913	604	832
	3.250					
	<i>Marginal, %</i>	3,3	3,1	2,3	3,1	3,0
1996 <sup>2)</sup>	842	854	534	707	2.937	
<i>Marginal, %</i>	3,3	3,1	2,2	2,8	2,9	
Resultat före skatt, Mkr	<b>1997</b>	<sup>1)</sup>	<b>600</b>	<b>985</b>	<b>764</b>	<b>830</b>
	<b>3.179</b>					
	1996		797	871	520	844
	3.032					
1996 <sup>2)</sup>	738	812	450	719	2.719	
Nettoresultat, Mkr	<b>1997</b>	<sup>1)</sup>	<b>355</b>	<b>562</b>	<b>462</b>	<b>403</b>
	<b>1.782</b>					
	1996		502	527	313	508
	1.850					
1996 <sup>2)</sup>	463	488	267	426	1.644	
Nettoresultat per aktie, kr	<b>1997</b>	<sup>1)</sup>	<b>4:90</b>	<b>7:70</b>	<b>6:20</b>	<b>5:50</b>
	<b>24:30</b>					
	1996		6:90	7:20	4:30	6:90
25:30						
1996 <sup>2)</sup>	6:30	6:70	3:60	5:80	22:40	

1) Exklusive kostnad på 2.500 Mkr för pågående strukturprogram och reavinst på 604 Mkr.

2) Proforma exklusive Gränges.

**Nettoomsättning per affärsområde per kvartal, Mkr**

		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Hushållsprodukter	<b>1997</b>	<b>18.886</b>	<b>20.873</b>	<b>20.809</b>	<b>20.851</b>	<b>81.419</b>
	1996	17.974	18.958	18.232	18.375	73.539
Professionell utrustning	<b>1997</b>	<b>2.406</b>	<b>3.159</b>	<b>2.814</b>	<b>3.034</b>	<b>11.413</b>
	1996	2.491	2.813	2.511	3.054	10.869
Utomhusprodukter	<b>1997</b>	<b>4.617</b>	<b>6.265</b>	<b>3.819</b>	<b>3.386</b>	<b>18.087</b>
	1996	4.156	5.131	2.790	2.984	15.061
Övrigt	<b>1997</b>	<b>436</b>	<b>631</b>	<b>464</b>	<b>550</b>	<b>2.081</b>
	1996 <sup>1)</sup>	878	436	325	448	2.087

1) Proforma exklusive Gränges.

**Rörelseresultat per affärsområde per kvartal, Mkr**

		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Hushållsprodukter	<b>1997<sup>1)</sup></b>	<b>642</b>	<b>511</b>	<b>666</b>	<b>701</b>	<b>2.520</b>
	<i>Marginal, %</i>	3,4	2,4	3,2	3,4	3,1
	1996	680	517	531	727	2.455
	<i>Marginal, %</i>	3,8	2,7	2,9	4,0	3,3
Professionell utrustning	<b>1997<sup>1)</sup></b>	<b>-69</b>	<b>134</b>	<b>115</b>	<b>110</b>	<b>290</b>
	<i>Marginal, %</i>	-2,9	4,2	4,1	3,6	2,5
	1996	13	116	36	25	190
	<i>Marginal, %</i>	0,5	4,1	1,4	0,8	1,7
Utomhusprodukter	<b>1997<sup>1)</sup></b>	<b>421</b>	<b>656</b>	<b>322</b>	<b>214</b>	<b>1.613</b>
	<i>Marginal, %</i>	9,1	10,5	8,4	6,3	8,9
	1996	379	497	237	182	1.295
	<i>Marginal, %</i>	9,1	9,7	8,5	6,1	8,6
Övrigt	<b>1997<sup>1)</sup></b>	<b>10</b>	<b>23</b>	<b>-1</b>	<b>95<sup>3)</sup></b>	<b>127<sup>3)</sup></b>
	<i>Marginal, %</i>	2,3	3,6	-0,2	17,3	6,1
	1996 <sup>2)</sup>	-8	26	15	60	93
	<i>Marginal, %</i>	-0,9	6,0	4,6	13,4	4,5

1) Exklusive kostnad på 2.500 Mkr för pågående strukturprogram och reavinst på 604 Mkr.

2) Proforma exklusive Gränges.

3) Inklusive reavinst på cirka 50 Mkr från försäljningen av verksamheten inom Godsskydd.

**Definitioner***Rörelsemarginal*

Rörelseresultat i procent av nettomsättning

*Avkastning på eget kapital*

Nettoresultat i procent av ingående eget kapital

*Avkastning på nettotillgångar*

Rörelseresultat i procent av genomsnittliga nettotillgångar

*Justerat totalt kapital*

Totala tillgångar minskade med likvida medel

*Justerat eget kapital*

Eget kapital inklusive minoritetsintressen

*Nettotillgångar*

Summa tillgångar, exklusive likvida medel, minskade med icke räntebärande skulder och avsättningar

*Soliditet*

Justerat eget kapital i procent av justerat totalt kapital

*Nettoupplåning*

Totala räntebärande skulder minskade med likvida medel

*Skuldsättningsgrad*

Nettoupplåning i förhållande till justerat eget kapital

*Antalet aktier*

Antalet aktier uppgår för 1997 och 1996 till 73.233.916

-----

Resultatet för första kvartalet 1998 publiceras den 29 april, dvs samma dag som ordinarie bolagsstämma äger rum klockan 17.00 i Berwaldhallen, Strandvägen 69, Stockholm.