



Press release, Stockholm den 11 februari 2000

## BOKSLUTSRAPPORT 1999

**Fortsatt stark utveckling – resultatet efter finansiella poster ökade mer än 30%**

<i>Siffror i Mkr, om ej annat angivits</i>	<b>1999</b>	1998	Föränd- ring,%	<b>4kv/99</b>	4kv/98	Föränd- ring, %
<b>Nettoomsättning</b>	<b>119.550</b>	117.524	2	<b>28.406</b>	28.133	1
<i>Exklusive jämförelse- störande poster<sup>1)</sup>:</i>						
<b>Rörelseresultat</b>	<b>7.420</b>	6.064	22	<b>1.858</b>	1.594	17
<i>Marginal, %</i>	<b>6,2</b>	5,2		<b>6,5</b>	5,7	
<b>Resultat efter finansiella poster<sup>2)</sup></b>	<b>6.463</b>	4.886	32	<b>1.674</b>	1.387	21
<b>Nettoresultat per aktie, kr</b>	<b>11:45</b>	8:85	29	<b>2:85</b>	2:55	12
<b>Värdeskapande<sup>3)</sup></b>	<b>1.782</b>	437				
<b>Avkastning på eget kapital, %</b>	<b>17,2</b>	14,8				
Rörelseresultat	<b>7.204</b>	7.028	3	<b>1.858</b>	1.753	6
<i>Marginal, %</i>	<b>6,0</b>	6,0		<b>6,5</b>	6,2	
Resultat efter finansiella poster	<b>6.142</b>	5.850	5	<b>1.569</b>	1.546	2
Nettoresultat per aktie, kr	<b>11:40</b>	10:85	5	<b>2:85</b>	2:95	-4
Avkastning på eget kapital, %	<b>17,1</b>	19,3				
Utdelning, kr <sup>4)</sup>	<b>3:50</b>	3:00				

1) Under 1999 en reservering på 1.841 Mkr pga av en dom i ett pensionsmål och en realisationsvinst på 1.625 Mkr. Under 1998 realisationsvinster på netto 964 Mkr från avyttringar.

2) Exklusive förlust av valutahandel på 240 Mkr och en positiv påverkan med 135 Mkr på grund av avveckling av hedging i euro under fjärde kvartalet 1999.

3) Se definitioner sid 25

4) Förslag för 1999

- **Koncernen inför värdeskapande som huvudsaklig mätmetod** ..... sid 9
- **Stark resultatökning i Nordamerika, förbättringar i Europa och Asien** ..... sid. 11
- **Högre rörelseresultat för samtliga affärsområden** ..... sid. 13
- **Styrelsen föreslår en höjning av utdelningen till 3:50 kr per aktie** ..... sid. 16
- **Styrelsen avser att föreslå bolagsstämman återköp av egna aktier** ..... sid 16
- **Ny koncernstruktur från och med 2000** ..... sid. 17

## Koncernchefens kommentar

*De senaste åren har kännetecknats av omfattande strukturåtgärder och en fortsatt renodling till koncernens huvudområden.*

*Målsättningen är att Electrolux ska vara ett ledande konsumentvaruföretag med inriktning på hushållsprodukter för inom- och utomhusbruk samt vissa motsvarande produkter för professionella användare. Ett bolag med god tillväxt och lönsamhet, som skapar värde för kunder, anställda och aktieägare.*

*Strukturprogrammet och övriga anpassningar som gjorts under 1997-99 har inneburit att antalet anställda totalt minskat med cirka 14.500 och att 27 fabriker och 50 lagerställen avvecklats. Under denna period avyttrades dessutom 11 verksamheter med en sammanlagd årsomsättning på drygt 20 miljarder, cirka 1 miljard i rörelseresultat och cirka 22.000 anställda.*

*Exklusive jämförelsestörande poster har koncernen elva kvartal i rad visat ett förbättrat rörelseresultat och högre marginal jämfört med motsvarande period föregående år. För helåret 1999 var rörelsemarginalen exklusive jämförelsestörande poster 6,2% och avkastningen på eget kapital var 17,2%. För både andra och fjärde kvartalet var rörelsemarginalen 6,5%. Båda dessa nyckeltal ligger därmed i nivå med koncernens tidigare fastställda finansiella mål.*

*Under perioden 1997-99 steg kursen på Electrolux B-aktie med 170% medan generalindex för Stockholmsbörsen ökade med 101%.*

*Vi går nu in i en ny fas med fokus på tillväxt och med offensiva satsningar på kundrelationer och produktvård. Vi utvecklar också de interna systemen för uppföljning av resultat och lönsamhet för att få en ökad styrning mot skapande av värde. Detta innebär att skapa förutsättningar för tillväxt och ett optimalt utnyttjande av koncernens resurser och tillgångar. Bonussystem och optioner för de 350 högsta cheferna är direkt knutna till värdeskapande.*

*Ökade resurser kommer att satsas på produktutveckling, t ex avseende det "intelligenta" hemmet. Arbetet med att förbättra den interna effektiviteten fortsätter, men i en lugnare takt.*

### Bättre resultat och lönsamhet 1999

Marknadsläget utvecklades positivt under året i både Nordamerika och Europa. Den brasilianska marknaden försvagades däremot inom de flesta av koncernens produktområden. I Sydostasien noterades en stabilisering av efterfrågan och t o m en ökning inom vissa områden, dock från en låg nivå.

Koncernens försäljning ökade med 4% för jämförbara enheter och rensat för valutaeffekter. Exklusive jämförelsestörande poster ökade rörelseresultatet med 22% till 7.420 Mkr, motsvarande en marginal på 6,2% mot 5,2% föregående år.

Förbättringen av rörelseresultat uppnåddes främst genom högre volymer och ökad produktivitet, varav en stor del av produktivitetsökningarna kan hänföras till strukturprogrammet. Lägre kostnader för material och insatsvaror bidrog också

positivt, medan utvecklingen av både pris och mix var negativ. Förändringar i valutakurser, dvs både transaktions- och omräkningseffekter, hade en positiv påverkan på rörelseresultatet med cirka 380 Mkr, som främst kan hänföras till dollarn och valutor utanför Europa. Vi ska också komma ihåg att sålda verksamheter bidrog med cirka 130 Mkr i rörelseresultat under föregående år.

Exklusive jämförelsestörande poster förbättrades resultatet efter finansiella poster med 30% till 6.358 Mkr och vinsten per aktie med 29% till 11:45 kr. Avkastningen på eget kapital, beräknad på samma sätt ökade till 17,2% från 14,8% och avkastningen på nettotillgångarna till 18,4% från 14,7%.

Kassaflödet förbättrades väsentligt även exklusive intäkter från försäljning av verksamheter. Skuldsättningsgraden sjönk till 0,50, vilket var den lägsta nivån sedan 1973.

En stor del av både försäljnings- och resultatökningen under året kan hänföras till verksamheten i Nordamerika. Vi hade här en bra utveckling inom vitvaror, dammsugare, fritidsprodukter och utomhusprodukter. Volymökningen var särskilt gynnsam inom vitvaror där vi uppnådde en högre tillväxt än marknaden. Ett ökat kapacitetsutnyttjande och fortsatta interna effektiviseringar medförde en förbättring av rörelsemarginalen för vitvarorna, som därmed nästan ligger i nivå med motsvarande verksamhet i Europa. Det är naturligtvis särskilt glädjande med tanke på de lönsamhetsproblem som koncernen haft inom detta produktområde i Nordamerika under större delen av 1990-talet och det faktum att verksamheten 1997 visade ett nollresultat. Rörelsemarginalen är dock fortfarande väsentligt lägre än för de viktigaste konkurrenterna i USA.

Även i Europa ökade försäljning och resultat för jämförbara enheter och marginalen förbättrades. Resultatökningen kan här främst hänföras till Hushållsprodukter och Professionell utrustning där genomförda strukturåtgärder också hade en positiv påverkan. Resultatet för Hushållsprodukter förbättrades i både Tyskland och Storbritannien, där vi tidigare haft problem.

Verksamheterna i Brasilien och Asien visade som väntat fortsatt negativa rörelseresultat, men båda uppvisar dock en positiv trend. Vi räknar med att uppnå ytterligare resultatförbättringar i dessa områden under år 2000.

Under tredje kvartalet gjorde vi en reservering på 225 miljoner USD, motsvarande 1.841 Mkr, med anledning av en dom i ett mål om pensionsförpliktelser i USA. Målet avser ansvaret för pensionsåtaganden för tre verksamheter som vårt amerikanska dotterbolag White Consolidated sålde 1985, dvs året innan bolaget förvärvades av Electrolux. Domen överklagades i augusti.

Under fjärde kvartalet belastades finansnettot med en förlust på 240 Mkr från valutahandel, som uppstod genom att en anställd vid vår internbank i Tyskland utan befogenheter ägnat sig åt oegentlig handel i terminskontrakt. Jag ser mycket allvarligt på att detta kunde inträffa i koncernen. Vi satte omedelbart igång en utredning och en genomgång av våra rutiner. Handeln i terminskontrakt har nu i allt väsentligt centraliserats till finansfunktionen i Stockholm.

### **Strukturprogrammet slutfört**

Det strukturprogram som pågått sedan juni 1997 avslutades i huvudsak under 1999. Programmet omfattade totalt en neddragning av antalet anställda med cirka 11.000 eller med cirka 11% samt nedläggning av 23 fabriker och 50 lagerställen, motsvarande cirka 15% av både antalet fabriker och lager.

Programmet var nödvändigt för att öka kapacitetsutnyttjandet och sänka kostnadsläget i koncernen. Vid utgången av 1999 hade vi uppnått cirka 95% av de årliga kostnadsbesparingar och effektivitetsvinster som programmet beräknas medföra. Full effekt kommer att uppnås under år 2000.

De största förändringarna har skett i Europa, som svarar för huvuddelen av fabriksnedläggningarna. Betydande effektiviseringar har också gjorts inom försäljnings-, marknads- och logistikfunktionerna. Produktiviteten i det tyska fabriksystemet har under perioden 1997-99 ökat med cirka 30%. I USA har produktiviteten inom tillverkningen av kylskåp under samma period förbättrats med cirka 40% och inom tillverkningen av diskmaskiner med mer än 50%.

Det har varit en mycket smärtsamt process att genomföra så omfattande förändringar och neddragningar. Detta svåra arbete har utförts på ett mycket bra sätt. Vi kommer även i fortsättningen att behöva göra omstruktureringar, men dessa bör ske kontinuerligt som en del av det dagliga arbetet.

### **Ny koncernstruktur**

Under 1999 såldes produktlinjen mat- och dryckesautomater och huvuddelen av verksamheten inom direktförsäljning. Vi träffade även avtal om försäljning av produktlinjen professionell kylutrustning.

Verksamheten inom mat- och dryckesautomater var mycket lönsam men hade få möjligheter till synergier med övriga områden. Inom kylutrustning var koncernens marknadsposition för svag för att kunna uppnå en god lönsamhet. När det gäller direktförsäljningen svarade denna endast för en mycket liten del av koncernens försäljning av dammsugare.

För att vara framgångsrik i en allt hårdare och mer global konkurrens måste koncernens resurser koncentreras till de områden där vi är ledande och har konkurrensfördelar.

De professionella verksamheterna skiljer sig i de flesta avseende från konsumentprodukterna. Tillverkningen sker i små volymer, i vissa fall enligt kundens specifikation och distributionen sker genom andra kanaler. Vissa synergier finns dock på produktsidan genom att koncept från de mer avancerade professionella produkterna kan överföras till konsumentensida. Vi koncentrerar nu den professionella verksamheten till storköksutrustning, tvättutrustning och fritidsprodukter, som alla har starka positioner på världsmarknaden och god lönsamhet.

I framför allt USA, men även på andra marknader säljs hushållsprodukter och utomhusprodukter genom samma återförsäljare. Cirka 50% av vår försäljning i Nordamerika avser kunder som köper båda produktkategorierna. Under de senaste

åren har vi uppnått synergieffekter samt kunnat sänka kostnader inom försäljning och administration genom att leverera hushållsprodukter för både inom- och utomhusbruk.

Fr o m år 2000 kommer vi i den externa finansiella informationen i stället för de tre affärsområdena Hushållsprodukter, Professionell utrustning och Utomhusprodukter att rapportera i Konsument- respektive Professionella produkter.

Konsumentprodukterna, som under 1999 svarade för cirka 75% av koncernens omsättning, kommer att delas upp i tre geografiska regioner. De professionella produkterna kommer att delas upp på inom- och utomhusprodukter.

### **Fokus på tillväxt**

Med strukturprogrammet bakom oss kan vi nu inrikta oss på offensiva satsningar på kund- och produktvård för att skapa tillväxt.

Målsättningen är att i första hand växa organiskt och att kunna ha en något högre tillväxt än marknaden. Det finns även möjligheter att göra förvärv inom flera produktområden.

Electrolux omsättning ökade 1990-99, inklusive förvärv men rensat för avyttringar, med över 100% från 59 miljarder till 120 miljarder. Det motsvarade en genomsnittlig årlig tillväxt på 8%. Jag bedömer att Electrolux även under de kommande åren ska kunna ha en god tillväxt och samtidigt uppnå en god lönsamhet.

Flyttningen av koncernens huvudkontor i Stockholm till nya, moderna och funktionella lokaler under sommaren markerar också att vi går in i en ny fas i koncernens utveckling.

### *Förändringar i återförsäljarledet skapar möjligheter*

Konsolideringen i återförsäljarledet i Europa mot ett mindre antal stora kedjor med verksamhet i flera länder sker nu allt snabbare. Under 1999 förvärvade brittiska Kingfisher, som är en av de största återförsäljarna i Europa, det belgiska företaget Hugo Van Praag. De franska företagen Carrefour och Promodès gick samman och bildar därmed världens näst största återförsäljare. Dixon, som är den största butikskedjan inom elektriska hushållsprodukter i Storbritannien förvärvade norska Elköp, som är störst i Skandinavien. Amerikanska Wal-Mart, världens största återförsäljare etablerade sig i Europa genom förvärvet av den ledande brittiska stormarknadskedjan ASDA.

Tre återförsäljare har nu tillsammans cirka en fjärdedel av marknaden för hushållsprodukter i Västeuropa. Utvecklingen har gått längst i Storbritannien och Frankrike där de nio respektive tio största återförsäljarna svarar för cirka 60% av marknaden samt i Skandinavien, där nio företag också svarar för cirka 60%. För Electrolux totalt, dvs alla produktområden, svarade de tio största kunderna 1999 för cirka 25% av koncernens försäljning och deras andel ökar.

Denna konsolidering gynnar de större tillverkarna som kan ge en service på pan-europeisk basis, vilket kräver en god geografisk spridning och ett brett produktprogram. Electrolux är det största företaget inom hushållsprodukter i Europa och den enda av de större tillverkarna som har betydande marknadsandelar och ledande varumärken i så gott som alla västeuropeiska länder.

För att bättre samordna verksamheten på pan-europeisk basis genomför vi en förändring av strukturen och organisationen inom vitvaror i Europa, som i huvudsak kommer att slutföras under år 2000. De nationella organisationerna koordineras genom ett nytt bolag, Electrolux Home Products, med säte i Bryssel. All marknadsföring, produktutveckling, produktion, logistik m m kommer att integreras på pan-europeisk basis och styrs genom det nya bolaget. De nationella försäljningsorganisationerna, som tidigare omfattade flera av dessa funktioner inriktas i stället huvudsakligen på försäljning och kundservice för den lokala marknaden. Denna förändring kommer både att innebära sänkta kostnader och en förbättrad kundservice, vilket kommer att göra oss till en mer attraktiv partner för stora och små återförsäljare.

När det gäller service till stora kunder kan vi utnyttja erfarenheter från vår verksamhet i USA, där en konsolidering bland återförsäljarna redan skett. Tre stora kedjor svarar idag för cirka 40% av försäljningen av hushållsprodukter på den amerikanska marknaden och tio svarar för cirka 60%. Vårt dotterbolag Frigidaire Home Products har under lång tid varit huvudleverantör av utomhusprodukter till de största varuhuskedjorna i USA. Frigidaire har under de senaste åren kunnat uppnå en god försäljningstillväxt inom hushållsprodukter genom att bl a förbättra sin service till de stora återförsäljarna. Detta har också skapat förutsättningar för en ökad effektivitet i de interna flödena, vilket i sin tur väsentligt bidragit till förbättringen av resultat och lönsamhet.

#### *Ökad effektivitet i logistik och lagerhållning*

Ett viktigt område där vi förbättrar effektiviteten är lagerhållning och logistik. Strukturprogrammet innebar väsentliga förändringar i både Europa och USA. Inom hushållsprodukter i Europa skeppar vi varje dag cirka 50.000 produkter från 26 fabriker till mer än 200 olika mottagare. Motsvarande siffror för USA är 76.000 produkter, 14 fabriker och cirka 1.700 mottagare. Det är naturligtvis av största vikt att detta görs på ett effektivt sätt.

Sedan 1997 har leveranssäkerheten inom hushållsprodukter i Europa, dvs förmågan att leverera rätt produkter i rätt tid till rätt plats, förbättrats med cirka 40% samtidigt som lagret i antal dagar har dragits ned med mer än 20%. Antalet lagerställen har under denna tid dragits ner från 52 till 33. Frigidaire Home Products i USA arbetar nu med en lägre lagernivå än för tre år sedan då försäljningsvolymen var cirka 40% av vad den är idag. Vi kan ytterligare förbättra hela leveranskedjan i både Europa och USA.

Ett tecken på att vi har en effektiv logistikfunktion är att vi i Sverige fått i uppdrag av en av de största butikskedjorna för hushållskapitalvaror att ta hand om distributionen av alla deras produkter, dvs både våra och andra tillverkares vitvaror samt tv och radio.

#### *Stora satsningar inom IT*

En förutsättning för att kunna genomföra dessa förändringar är en effektiv infrastruktur i form av IT-lösningar. Koncernen har haft en betydande fragmentering inom detta område. Vi införde under 1998 en ny IT-organisation med globalt ansvar för att få en övergripande koordinering av satsningar och möjligheter inom området.

IT-investeringarna uppgick under 1999 till cirka 200 Mkr. Kostnaden för år 2000-säkringen uppgick totalt till cirka 310 Mkr. Vi drabbades inte av några störningar varken i samband med själva årsskiftet eller därefter.

### *Internet*

Det är uppenbart att Internet har stor påverkan på handel och distribution av produkter, men också på hela affärsprocessen.

Internet ger oss möjlighet till direktkontakt med konsumenter genom att erbjuda produktinformation och annan service. Vi avser inte att börja sälja produkter direkt till konsument utan inriktar oss på att aktivt ta fram nya försäljningskoncept tillsammans med återförsäljare. Kommunikation via nätet är snabb och kostnadseffektiv och används alltmer för att göra hela leveranskedjan mer effektiv.

Genom att utveckla nya, intelligenta produkter, som kan kommunicera med hjälp av Internet kommer vi att kunna erbjuda nya tjänster som förenklar hushållsarbetet för våra konsumenter.

### *Ökad takt i produktförnyelsen*

En viktig förutsättning för att uppnå tillväxt är att hålla en hög takt i produktförnyelsen. Genom effektivare interna processer och högre lönsamhet skapas utrymme för detta. Electrolux har genom sin storlek en god bas för produktutveckling.

Det är vår uppgift att göra det dagliga livet enklare och bekvämare för både konsumenter och professionella användare. Vi ska göra detta genom att erbjuda innovativa produkter med förbättrad prestanda och funktionalitet, som dessutom har en attraktiv och användarvänlig design. Exempel på nya sådana produkter är kylskåpet Oz och tvättmaskinen Zoe med sina starka färger och runda former, samt den självgående gräsklipparen Automover, som är batteri- eller solcellsdriven. Vår prototyp av en självgående dammsugare har fått stor uppmärksamhet världen över.

Under 1999 lanserade vi en ny frontmatad tvättmaskin med snedställd trumma och front, som gör att man inte längre behöver böja sig för att lasta in tvätten. Vi lanserade också en ny tystare dammsugare med extra stark sugkraft och ett böjt, ergonomiskt utformat rör samt flera modeller av s k cyklondammsugare. Vårt nya kylskåpsassortiment, NOW, erbjuder kunden att själv välja olika kombinationer av färg och material på dörr, handtag och inredningsdetaljer. Inom professionella produkter lanserades en ny ugn för matlagning med ånga, som fick pris i Frankrike för sin unika design och goda funktion, samt nya generationer av grästrimmare och åkgräsklippare.

I början av året presenterade vi Screenfridge, ett koncept för det "intelligenta" kylskåpet, som har ett antal helt nya funktioner för ett kylskåp. Screenfridge kan bl a hålla reda på vad som ställts in i skåpet, föreslå recept för matlagning, användas för att handla via Internet, för att lämna meddelanden till familjemedlemmar via e-post eller video eller som en monitor integrerad i hemmets säkerhetssystem.

I oktober bildade vi ett joint venture med Ericsson för utveckling av produkter och tjänster för nätverksanslutna hem. Syftet är att utveckla ett koncept för köket som centrum i hemmet för olika hushållstjänster, vilket innebär ett behov av "intelligenta" produkter. Vi bedömer att det finns en betydande marknadspotential inom detta

område. Projektet kombinerar Ericssons expertis inom modern telekommunikation med Electrolux ledarskap inom hushållsprodukter. De första produkterna från det nya bolaget beräknas komma inom ett år.

Under året startade vi ett samarbete med japanska Toshiba, som lett fram till ett antal gemensamma projekt. Dessa avser bl a utveckling av basteknologi för kylskåp, spisar, tvättmaskiner och dammsugare. Andra områden är elektroniska komponenter och styrsystem, miljöprestanda samt nya produktkoncept. Toshiba har även börjat att distribuera vissa av koncernens hushållsprodukter i Japan.

Produktutvecklingen drivs också av kraven på en ökad miljöanpassning av både produkter och processer. Strategin att vara ledande inom detta område ligger fast. Electrolux har en rad miljöledande produkter. Nästan alla nya produkter förbättras dock successivt i detta avseende, vilket också innebär lägre driftskostnader för konsumenten. Ett bra exempel på detta är AEGs nya diskmaskin som endast drar 11 liter vatten och har en ljudnivå på 42 decibel, vilket innebär att den är nästan helt tyst. Ett av de större pågående investeringsprojekten i koncernen avser ett nytt sortiment av kylskåp i USA, som kommer att ha 30% lägre energiförbrukning och även motsvara de krav på utfasning av HCFC som träder i kraft år 2003.

#### *Ny varumärkespolicy*

Electrolux har ett stort antal ledande varumärken som är inriktade mot olika marknadssegment. Genom att marknadsföringen idag blir alltmer integrerad på global basis måste vi hantera denna konkurrens fördel på ett riktigt sätt. Företag som har starka varumärken kommer att vara de mest framgångsrika i framtiden.

Electrolux fastställde 1998 en ny varumärkespolicy. Denna innebär att koncernens resurser ska koncentreras på ett mindre antal av de stora och väl definierade varumärkena och att dessa ska positioneras på ett konsekvent sätt på samtliga marknader där de används. I policyn ingår även en ökad betoning på koncern tillhörighet genom att en Electrolux-identifikation ska finnas med i marknadskommunikationen för de olika varumärkena.

Tillämpningen av den nya policyn under året innebar att ett internt utbildningsprogram startades. En metod att mäta varumärkenas styrka har också utarbetats och en pilotundersökning kommer att genomföras under första halvåret i år i 45 länder. Dessutom kommer annonsering som följer den nya policyn att introduceras under första kvartalet år 2000 i nio Central- och Östeuropeiska länder.

#### *Införandet av euron*

Införandet av den gemensamma valutan, euron, påverkar Electrolux på flera sätt. Koncernen har cirka 30% av försäljningen inom EMU och en större andel när det gäller tillgångarna. Att ha samtliga flöden inom dessa länder i en valuta förenklar administrationen samt minskar transaktionskostnader och valutaexponering. Samtidigt kommer marknaden i Europa att bli mer transparent. Vi kommer att få ägna mer tid åt strategiska marknadsfrågor som rör prissättning och produktspecifikationer. Vi kommer att övergå till att rapportera i euro så fort detta blir tillåtet enligt svensk lag och administrativt möjligt.



### *Ledarskap med mångfald*

En allt hårdare konkurrens på marknaden ställer krav på ett aktivt ledarskap hos koncernens drygt 5.000 chefer. Under året fastställdes riktlinjer och aktiviteter för chefsutveckling. Målsättningen är att uppnå ett mer internationellt ledarskap, som kännetecknas av mångfald och som motsvarar koncernens spridning vad gäller geografisk närvaro, kunder och medarbetare. Under året utvidgades projektet med en öppen intern arbetsmarknad för chefsbefattningar och denna kommer under innevarande år att genomföras för hela koncernen. Ett program har startats för att under de närmaste tre åren rekrytera ett femtontal ledartalanger som ges möjlighet till karriärutveckling som internationella affärsledare. Vi utökar också våra ansträngningar att rekrytera nyutexaminerade akademiker.

### **Inriktning på värdeskapande**

Vid lanseringen av strukturprogrammet gjorde vi bedömningen att koncernen, när åtgärderna gav full effekt under andra halvåret 2000, skulle kunna nå sina finansiella mål om en rörelsemarginal på 6,5-7% och en avkastning på eget kapital på minst 15%.

Då programmet startades 1997 hade koncernen en rörelsemarginal exklusive jämförelsestörande poster på 4,0%. Som jag nämnde tidigare uppgick motsvarande marginal för 1999 till 6,2%. Under både andra och fjärde kvartalet var rörelsemarginalen 6,5%. Avkastningen på eget kapital, exklusive jämförelsestörande poster, har under denna period ökat från 8,3% till 17,2%.

Koncernen går nu in i en ny fas där det gäller att uppnå uthållig och lönsam tillväxt. Det finns fortfarande möjligheter att sänka kostnader och uppnå en ökad kapitaleffektivitet.

Vi har sedan 1998 internt använt en modell för värdeskapande för att följa utvecklingen per sektor, produktlinje och region. Värdeskapande är det sätt som vi nu använder för att följa och utvärdera verksamheterna i koncernen.

Med värde menas rörelseresultatet efter avskrivningar minskat med en vägd, genomsnittlig kapitalkostnad på koncernens nettotillgångar.

Under perioden 1997-99 har koncernen i genomsnitt varje år skapat 1,2 miljarder i värde. Det är vår ambition att fortsätta denna positiva trend av värdeskapande.

Även om fokus bör ligga på att skapa tillväxt är det upp till cheferna i de olika verksamheterna att utarbeta strategier för hur de genom tillväxt, förbättrad marginal eller effektivare kapitalhantering kan skapa värde.

Koncernledningens bonussystem har sedan 1998 knutits till detta sätt att beräkna värde. Ett värdebaserat bonussystem introduceras nu för cirka 350 av de högsta cheferna i koncernen.

När det gäller koncernens skuldsättningsgrad har vi satt upp målet att denna inte ska överstiga 0,80. Utdelningen ska även i fortsättningen motsvara 30-50% av nettovinsten.

### **Förväntningar p å år 2000**

Vi förväntar oss en fortsatt god efterfrågan i Nordamerika under år 2000 inom samtliga produktområden. I Europa bör marknadsläget förbättras jämfört med föregående år.

Utvecklingen i Brasilien är som alltid svårbedömd. Med en fortsatt trend mot lägre räntor bör det kunna ske en viss återhämtning i efterfrågan under året.

Med det ovan skisserade marknadsläget och med fortsatt positiva effekter av strukturprogrammet, räknar vi med att uppnå en fortsatt förbättring av resultatet och ett positivt värdeskapande även under innevarande år.

Michael Treschow  
VD och koncernchef

### **Styrelsens redogörelse för verksamheten 1999**

#### **Nettoomsättning och resultat**

Koncernens nettoomsättning ökade 1999 till 119.550 Mkr jämfört med 117.524 Mkr under föregående år. Av omsättningsökningen på 2% utgjorde förändringar i koncernens struktur -3%, förändrade valutakurser +1% samt volym/pris/mix +4%. För förändringar i koncernens struktur se sid 15.

Koncernens rörelseresultat uppgick 1999 till 7.204 Mkr (7.028), motsvarande 6.0% (6,0) av nettoomsättningen och resultatet efter finansiella poster till 6.142 Mkr (5.850), motsvarande 5,1% (5,0) av nettoomsättningen. Nettoresultatet uppgick till 4.175 Mkr (3.975), motsvarande 11:40 kr (10:85) per aktie.

I resultatsiffrorna ovan ingår jämförelsestörande poster under 1999, som utgörs av en reservering på USD 225 miljoner (1.841 Mkr) till följd av en dom i ett pensionsmål i USA, se vidare sid 13, samt en realisationsvinst på 1.625 Mkr från försäljning av verksamheten inom mat- och dryckesautomater. Jämförelsestörande poster 1998 uppgick totalt till netto 964 Mkr och utgjordes av resultat som uppstått vid försäljning av verksamheter.

#### *Resultat exklusive jämförelsestörande poster*

Exklusive jämförelsestörande poster ökade rörelseresultatet med 22% till 7.420 Mkr (6.064), vilket motsvarade 6,2% (5,2) av nettoomsättningen och resultatet efter finansiella poster med 30% till 6.358 Mkr (4.886), motsvarande 5,3% (4,2) av nettoomsättningen. Nettoresultatet ökade med 30% till 4.200 Mkr (3.235), motsvarande 11:45 kr (8:85) per aktie.

#### *Påverkan av valutaförändringar*

Totalt hade valutaförändringarna under året, dvs både transaktions- och omräkningseffekterna, netto en positiv påverkan på rörelseresultatet med ca 380 Mkr. Denna uppkom främst genom försvagningen av den svenska kronan gentemot dollarn och relaterade valutor samt mot det brittiska pundet.

*Finansnetto*

Nettot av koncernens finansiella intäkter och kostnader uppgick till -1.062 Mkr (-1.178), motsvarande -0,9% (-1,0) av nettoomsättningen. Förbättringen beror främst på lägre genomsnittliga räntor och en minskad kapitalbindning. Avvecklingen av koncernens hedging av eget kapital i euro i början av fjärde kvartalet hade en positiv effekt på 135 Mkr.

Under fjärde kvartalet belastades finansnettot med en förlust på 240 Mkr från valutakontrakt, som uppkom genom att en anställd vid koncernens internbank i Tyskland ägnat sig åt otillåten valutahandel.

*Utveckling per affärsområde och region*

Samtliga tre affärsområden visade högre rörelseresultat med en förbättring av marginalen för Hushållsprodukter och Professionell utrustning. Rörelsemarginalen för Utomhusprodukter var i stort oförändrad från föregående års höga nivå. Se sid 13.

Geografiskt ökade rörelseresultatet i framförallt Nordamerika, men verksamheterna i Europa och Asien visade även förbättringar jämfört med föregående år. Se sid 22.

**Fjärde kvartalet 1999**

Fjärde kvartalet 1999 uppgick koncernens försäljning till 28.406 Mkr jämfört med 28.133 Mkr föregående år. Av ökningen på 1% kan -2% hänföras till valutakursförändringar, -2% till förändringar i koncernens struktur och +5% till pris/mix/volym.

Rörelseresultatet ökade till 1.858 Mkr (1.753), motsvarande en marginal på 6,5% (6,2) och resultatet efter finansiella poster ökade till 1.569 Mkr (1.546), motsvarande en marginal på 5,5% (5,5). Nettoresultatet uppgick till 1.051 Mkr (1.093), vilket motsvarar 2,85 kr (2,95) per aktie. I siffrorna för 1998 ingår jämförelsestörande poster på netto 159 Mkr från försäljning av verksamheter.

Exklusive jämförelsestörande poster ökade rörelseresultatet med 17%, resultat efter finansiella poster med 13% och nettoresultatet med 12%.

Under kvartalet belastades finansnettot med en förlust på 240 Mkr på valutakontrakt, som uppkom genom att en anställd vid koncernens internbank i Tyskland ägnat sig åt otillåten valutahandel.

Ökningen av rörelseresultatet under kvartalet kan hänföras till Hushållsprodukter och Utomhusprodukter. Resultatet för Professionell utrustning var lägre än föregående år till följd av avyttringar. För jämförbara enheter visade dock resultatet för Professionell utrustning en ökning.

**Kassaflöde**

Kassaflödet från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten, rensat för valutakursförändringar, ökade väsentligt till 5.523 Mkr (3.922). Förbättringen kan främst hänföras till ett ökat rörelseresultat och en minskad kapitalbindning.

**Eget kapital och skuldsättningsgrad**

Koncernens eget kapital uppgick per den 31 december 1999 till 25.781 Mkr (24.480), vilket motsvarade 70 kr (67) per aktie.

Avkastningen på eget kapital var 17,1% (19,3) och avkastningen på koncernens nettotillgångar 18,3% (17,6).

Exklusive jämförelsestörande poster ökade avkastningen på eget kapital till 17,2% (14,8) och avkastningen på nettotillgångarna till 18,4% (14,7).

Nettoupplåningen minskade till 13.423 Mkr (17.966) och skuldsättningsgraden förbättrades till 0,50 (0,71).

Likvida medel uppgick vid årets slut till 10.312 Mkr (11.387), motsvarande 8,7% (9,5) av omsättningen. Koncernen fortsatte under året att återbetala långa och korta lån.

Samtliga uppgifter ovan är beräknade inklusive jämförelsestörande poster. För definition av använda begrepp se sid 25.

**Nettotillgångar**

Koncernens nettotillgångar, dvs totala tillgångar exklusive likvida medel och räntebärande finansiella fordringar minus samtliga icke räntebärande skulder och avsättningar, uppgick till 36.121 Mkr (39.986). Nettotillgångarna uppgick efter justering för valutaeffekter till 30,6% (33,3) av omsättningen.

Definitionen av koncernens nettotillgångar har ändrats fr o m 1999 till att endast omfatta de tillgångar som genererar rörelseintäkter, vilket innebär att räntebärande finansiella fordringar som vid årsskiftet uppgick till 3.908 Mkr exkluderats. Siffrorna för tidigare år har omräknats på motsvarande sätt.

*Varulager och kundfordringar*

Varulagren uppgick 1999 till 16.549 Mkr (17.325) och kundfordringarna till 21.513 Mkr (21.859), vilket efter justering för valutaeffekter motsvarade 14,0% (14,4) respektive 18,2% (18,2) av nettoomsättningen.

**Strukturprogram 1997-1999**

Samtliga åtgärder inom det strukturprogram som startades i juni 1997 för att höja kapacitetsutnyttjandet och sänka kostnaderna har i huvudsak slutförts under 1999.

Totalt har cirka 11.000 personer lämnat koncernen, varav 1.700 under 1999. Totalt 21 tillverkningsenheter och 45 lagerställen har stängts eller avvecklats. Beslut om stängning har fattats avseende ytterligare två tillverkningsenheter och fem lagerställen. Under 1999 stängdes tre tillverkningsenheter, en i Storbritannien och två i Australien.

Totalt har 2.320 Mkr utnyttjats av den reserv på 2.500 Mkr som avsattes för programmet 1997. Under 1999 utnyttjades 500 Mkr.

### **Reservering för pensionsmål i USA**

I slutet av juli 1999 meddelades dom i ett mål om pensionsförpliktelser vid en lokal domstol i Pennsylvania, USA, mot Electrolux amerikanska dotterbolag White Consolidated Industries Inc. (WCI).

Enligt domen är WCI ansvarigt för underskottet i pensionsplaner som härrör från verksamheter som avyttrades 1985, året innan Electrolux förvärvade WCI. Målet inleddes 1991 och domstolsförhandlingarna avslutades i april 1997. Käranden är ett statligt amerikanskt organ, The Pension Benefit Guaranty Corporation (PBGC), som har till uppgift att säkerställa betalning av företagspensioner.

Electrolux överklagade domen den 18 augusti 1999.

I enlighet med god redovisningssed har koncernen gjort en icke likviditetspåverkande reservering under tredje kvartalet på 225 miljoner USD (1.841 Mkr) före skatt, motsvarande 140 miljoner USD (1.141 Mkr) efter skatt. Beloppet är baserat på PBGCs beräkning av Electrolux skuld.

Electrolux vidtar samtliga möjliga åtgärder, inklusive det ovan nämnda överklagandet, för att minimera de finansiella konsekvenserna för koncernen.

### **Utvecklingen per affärsområde**

#### *Hushållsprodukter*

Marknaden för vitvaror i Västeuropa ökade för året som helhet i volym med cirka 4%. Tillväxten i fjärde kvartalet beräknas till cirka 7%. Koncernens försäljning av vitvaror i Europa ökade jämfört med föregående år. Rörelseresultatet förbättrades tack vare högre volymer samt ökad intern effektivitet.

Vitvarumarknaden i USA ökade i volym med cirka 8%. Fjärde kvartalet visade marknaden en ökning med 9%. Frigidaire Home Products hade en mycket god volymutveckling, vilket tillsammans med ökad intern effektivitet medförde en väsentlig förbättring av rörelseresultatet.

Efterfrågan på utrustning för luftkonditionering i USA ökade väsentligt. Koncernen uppnådde en mycket god volymökning. Både rörelseresultatet och marginalen visade en markant förbättring.

Marknaden för vitvaror i Brasilien, exklusive mikrovågsugnar och luftkonditionering, var totalt sett oförändrad i volym. En fortsatt nedgång noterades dock inom de produktområden som svarar för huvuddelen av koncernens omsättning. Försäljningen för den brasilianska vitvaruverksamheten minskade jämfört med föregående år. Rörelseresultatet var fortsatt negativt, men förbättrades dock räknat i svenska kronor.

Totalt sett visade rörelseresultatet för vitvaror en väsentlig ökning jämfört med föregående år och marginalen förbättrades.

Marknaden för dammsugare ökade i volym i både Europa och USA. Koncernens rörelseresultat och marginal förbättrades väsentligt till följd av högre volymer, en bättre produktmix och ökad intern effektivitet.

En stark försäljnings- och resultatutveckling noterades även för produktlinje fritidsprodukter tack vare en god efterfrågan i både Europa och USA. Efterfrågan på kompressorer och motorer var fortsatt svag på de flesta marknader med undantag för USA. Både försäljning och rörelseresultat för produktlinje komponenter var lägre än föregående år.

Totalt sett ökade försäljningen för affärsområdet Hushållsprodukter. Rörelseresultatet och marginalen förbättrades jämfört med föregående år.

#### *Professionell utrustning*

Marknadsläget i Europa för storköksutrustning förbättrades något jämfört med föregående år. Koncernens försäljning ökade i framför allt Sydeuropa. Högre volymer samt genomförda strukturåtgärder medförde en väsentlig förbättring av både rörelseresultat och marginal.

Efterfrågan på tvättutrustning var relativt oförändrad och koncernens försäljningen låg i nivå med föregående år. Rörelseresultatet och marginalen visade en god ökning, huvudsakligen tack vare genomförda kostnadsbesparingar.

Efterfrågan på kylutrustning minskade inom de flesta produktområden. Rörelseresultatet för produktlinjen försämrades väsentligt till följd av lägre volymer, ökad priskonkurrens och en försämrad produktmix. Kostnader för en fortsatt anpassning av produktlinjens organisation hade också en negativ påverkan.

Totalt sett ökade försäljningen för Professionell utrustning något för jämförbara enheter. Rörelseresultatet och marginalen förbättrades.

#### *Utomhusprodukter*

Marknaden för professionella motorsågar var totalt sett oförändrad jämfört med föregående år. Efterfrågan visade en nedgång i Östeuropa och Latinamerika, medan den amerikanska marknaden var fortsatt stark. En uppgång noterades även i Sydostasien. Koncernens försäljning och rörelseresultat minskade jämfört med föregående år. En försämrad produktmix samt ökade satsningar inom produktutveckling och IT, medförde en lägre rörelsemarginal.

Efterfrågan på trädgårdsprodukter i Europa visade en uppgång och koncernen uppnådde en ökad försäljningsvolym. Rörelseresultatet försämrades dock till följd av kostnader under tredje kvartalet i samband med introduktionen av nya produkter.

Marknadsläget i Nordamerika kännetecknades av en något ökad efterfrågan inom både lättare motorsågar och trädgårdsprodukter. Försäljningen för Frigidaire Home Products ökade jämfört med föregående år. Rörelseresultatet och marginalen förbättrades till följd av de högre volymerna och en ökad intern effektivitet.

Totalt sett ökade omsättning och rörelseresultat för Utomhusprodukter jämfört med föregående år. Rörelsemarginalen var i stort sett oförändrad från föregående års höga nivå.

### **År 2000-frågan**

Electrolux affärssektorer har med stöd av koncernstaberna arbetat med år 2000-frågan sedan 1996. Genomgång har gjorts av produkter, tillverkningsprocesser, administrativa- och tekniska system samt relationer till tredje part för att identifiera eventuella 2000-problem. Så fort ett problem identifierats, utvärderades och kvantifierades risken och åtgärder vidtogs. Beredskapsplaner upprättades inom de olika områdena. Revision utfördes för att säkerställa att åtgärderna genomförts.

#### *Resultat och kostnader*

Electrolux har inte haft några större problem i samband med årsskiftet eller därefter.

Den totala kostnaden för koncernens 2000 säkring uppgick totalt till cirka 310 Mkr, varav 170 Mkr under 1999.

#### *Fortsatt beredskap*

År 2000-problem kan uppstå veckor eller månader efter årsskiftet. Affärssektorerna bevakar och rapporterar kontinuerligt utvecklingen i detta avseende och är beredda att vidtaga åtgärder enligt uppgjorda beredskapsplaner om så skulle behövas.

### **Större förändringar i koncernen**

#### *Avyttringar*

Per den 30 september avyttrades verksamheten inom mat- och dryckesautomater. Verksamheten hade 1998 en omsättning på cirka 1.000 Mkr och cirka 600 anställda. Försäljningen medförde en realisationsvinst för koncernen på 1.625 Mkr.

Per den 1 november såldes huvuddelen av koncernens verksamhet inom direktförsäljning. Avyttringen av återstående enheter i Latinamerika beräknas avslutas under våren 2000. Verksamheten hade 1999 en omsättning på 1.370 Mkr och cirka 6.600 anställda.

I november träffades avtal om försäljningen av verksamheten inom professionell kylrustning. Huvuddelen av verksamheten avyttrades per den 31 januari 2000. Försäljningen av återstående verksamheter i Brasilien, Kina och Östeuropa beräknas avslutas under våren 2000. Produktlinjen hade 1999 en omsättning på 2.279 Mkr och cirka 2.000 anställda.

#### *Förvärv*

I mars förvärvades den europeiska verksamheten inom det amerikanska företaget McCulloch, som tillverkar lätta motorsågar, trimmare, häcksaxar och lövblåsare. Verksamheten hade 1998 en omsättning på 81 miljoner USD (cirka 650 Mkr) och 250 anställda.

I oktober förvärvades Yazoo-Kees, en amerikansk tillverkare av huvudsakligen åkgräsklippare för professionella användare. Bolaget, som har en omsättning på cirka 20 miljoner USD (160 Mkr) och 100 anställda, ingår i Husqvarnas verksamhet inom utomhusprodukter.

*J/V med Ericsson*

I början av oktober bildades ett 50/50 ägt joint venture med Ericsson-koncernen för utveckling och försäljning av produkter och tjänster för nätverksanslutna hem. Bolaget ska aktivt driva standardiseringen av framtidens intelligenta hushållsmaskiner. Både Electrolux och Ericsson har tidigare gjort investeringar inom detta produktområde och kommer i ett första steg att gemensamt investera 70 Mkr i det nya bolaget. Bolaget blev operativt i december 1999 efter godkännande av berörda EU-myndigheter.

**Anställda**

Det genomsnittliga antalet anställda uppgick 1999 till 92.916 (99.322), varav 8.881 (9.749) i Sverige. Vid årets slut var det totala antalet anställda 91.758 (93.864).

Minskningen jämfört med föregående år är en effekt av strukturprogrammet, avyttringar av verksamheter samt produktivitetsförbättringar vid koncernens fabriker.

**Moderbolaget**

Moderbolagets nettoomsättning uppgick 1999 till 6.685 Mkr (5.918), varav 3.732 Mkr (3.060) avsåg försäljning till koncernbolag och 2.953 Mkr (2.858) försäljning till utomstående kunder. Nettoresultatet uppgick till 2.734 Mkr (1.989).

**Förslag till utdelning**

Styrelsen föreslår för 1999 en höjning av utdelningen till 3:50 kr per aktie eller totalt 1.282 Mkr.

**Möjlighet till återköp av aktier**

Styrelsen välkomnar den föreslagna möjligheten till återköp av egna aktier. Styrelsen avser att framlägga förslag om detta till bolagsstämman efter att slutligt beslut tagits av de lagstiftande myndigheterna i Sverige.

**Allokering av pensionsöverskott**

Försäkringsbolaget SPP har beslutat att allokera del av uppkomna överskott i sina pensionsfonder till anslutna bolag. Electrolux andel av överskotten har angivits till 358,6 Mkr, varav moderbolagets andel till 249,3 Mkr.

I avvaktan på att Konkurrensverket ska godkänna SPPs modell för allokering, vilket beräknas ske under våren 2000 är det oklart hur medlen kan disponeras av bolagen.

Medlen har inte tillgodoräknats i bokslutet för 1999.

**Årligt optionsprogram**

1998 infördes ett årligt optionsprogram för ca 100 ledande befattningshavare. Tilldelningen baseras på det värde som skapas enligt koncernens modell för värdeskapande, se nedan. Sker ingen värdeökning uteblir tilldelning.

Värdet på optionerna är kopplat till utvecklingen av B-aktien och kan användas till förvärv av aktier till ett fast pris. Lösenpriset är 115% av börskursen vid utställandet av optionerna, vilket för 1998 års optioner innebär ett lösenpris på 170 kr. Löptiden är 5 år. Optionerna får inte inlösas under första året efter utgivandet.



Optionerna inom 1999 års program kommer att ställas ut under första halvåret 2000 baserat på den värdeökning som skett under 1999 jämfört med 1998. För 1999 års program har 85 Mkr plus sociala kostnader reserverats.

Styrelsen har vidare beslutat om programmet för år 2000 med tilldelning år 2001, förutsatt att värde skapas jämfört med 1999.

### **Fokus på värdeskapande**

Electrolux vidareutvecklar nu sina system för uppföljning av resultat och lönsamhet för att få ökad fokus på värdeskapande.

Enligt en modell som successivt utvecklats i koncernen sedan 1998 följs utvecklingen av hur värde skapas per sektor, produktlinje och region.

Sedan 1998 har koncernledningens bonussystem varit knutna till detta sätt att mäta värde. Ett värdebaserat bonussystem introduceras nu för en större grupp av chefer.

Med värde menas rörelseresultatet efter avskrivningar (EBIT), exklusive jämförelsestörande poster, minskat med en vägd genomsnittlig kapitalkostnad (WACC) på koncernens nettotillgångar. [(Försäljningen-rörelsens kostnader) – (WACC x Nettotillgångarna)]. Koncernens WACC har beräknats till 14% före skatt.

Under perioden 1997-99 har koncernen i genomsnitt skapat 1.200 Mkr i ytterligare värde per år.

### **Ny koncernstruktur**

Från och med år 2000 kommer koncernens i den externa finansiella informationen att rapportera i Konsumentprodukter och Professionella produkter, istället för de tre affärsområdena Hushållsprodukter, Professionell utrustning och Utomhusprodukter.

Konsumentprodukterna svarade 1999 för drygt 75% av koncernens omsättning. För detta affärsområde kommer omsättning och rörelseresultat att redovisas i tre geografiska regioner, Europa, Nordamerika och Övriga världen. Professionella produkter kommer att delas upp i inomhus- och utomhusprodukter.

Tabellen nedan visar 1999 års siffror enligt den nya strukturen.

*Omsättning och resultat, Mkr*

Proforma	<b>Omsättning</b>		<b>Rörelseresultat</b>			
	<b>1999</b>	1998	<b>1999</b>	Marginal %	1998	Marginal %
<b>Konsumentprodukter</b>						
<i>Europa</i>	<b>43.267</b>	42.978	<b>2.341</b>	5,4	2.204	5,1
<i>Nordamerika</i>	<b>42.466</b>	37.862	<b>3.054</b>	7,2	2.237	5,9
<i>Övriga världen</i>	<b>5.984</b>	7.014	<b>-401</b>	-6,7	-632	-9,0
<b>Professionella produkter, Inomhus</b>	<b>20.450</b>	21.077	<b>1.912</b>	9,3	1.795	8,5
<b>Professionella produkter, Utomhus</b>	<b>7.100</b>	6.519	<b>963</b>	13,6	972	14,9
Övrigt	<b>283</b>	2.074	<b>-51</b>		-76	
Koncerngemensamma kostnader	-	-	<b>-398</b>		-436	
Jämförelsestörande poster	-	-	<b>-216</b>		964	
<b>Totalt</b>	<b>119.550</b>	117.524	<b>7.204</b>	6,0	7.028	6,0

Stockholm den 11 februari, 2000

AB ELECTROLUX (publ)

Styrelsen

**Ekonomiska rapporter under 2000**

Rapport 1:a kvartalet samt ordinarie bolagsstämma	25 april
Halvårsrapport	11 augusti
Rapport 3:e kvartalet	27 oktober

**Koncernens resultaträkning****Fjärde kvartalet**

(Belopp i Mkr)	1999	1998	1999	1998
<b>Nettoomsättning</b>	<b>119.550</b>	117.524	<b>28.406</b>	28.133
Kostnad för sålda varor	<b>-87.288</b>	-86.899	<b>-20.438</b>	-20.379
Försäljningskostnader	<b>-18.450</b>	-18.058	<b>-4.510</b>	-4.369
Administrationskostnader	<b>-6.261</b>	-6.336	<b>-1.523</b>	-1.761
Övriga rörelseintäkter/kostnader	<b>-131</b>	-167	<b>-77</b>	-30
Jämförelsestörande poster	<b>-216</b>	964	<b>-</b>	159
<b>Rörelseresultat*</b>	<b>7.204</b>	7.028	<b>1.858</b>	1.753
<i>Marginal, %</i>	<b>6,0</b>	6,0	<b>6,5</b>	6,2
Finansiella poster, netto	<b>-1,062</b>	-1.178	<b>-289</b>	-207
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>6.142</b>	5.850	<b>1.569</b>	1.546
<i>Marginal, %</i>	<b>5,1</b>	5,0	<b>5,5</b>	5,5
Skatt	<b>-2.005</b>	-1.964	<b>-528</b>	-494
Minoritetens andel i nettoresultat	<b>38</b>	89	<b>10</b>	41
<b>Nettoresultat</b>	<b>4.175</b>	3.975	<b>1.051</b>	1.093
<i>* I beloppet ingår avskrivningar med:</i>	<b>-3.905</b>	-4.125	<b>-954</b>	-1.023

**Koncernens balansräkning**

(Belopp i Mkr)	1999-12-31	1998-12-31
Anläggningstillgångar	<b>28.051</b>	27.885
Varulager m m	<b>16.171</b>	16.957
Kundfordringar	<b>21.513</b>	21.859
Övriga fordringar	<b>5.597</b>	5.201
Likvida medel	<b>10.312</b>	11.387
<b>Summa tillgångar</b>	<b>81.644</b>	83.289
Eget kapital	<b>25.781</b>	24.480
Minoritetsintressen	<b>825</b>	953
Räntebärande skulder och avsättningar	<b>23.735</b>	29.353
Icke räntebärande skulder och avsättningar	<b>31.303</b>	28.503
<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>81.644</b>	83.289

**Moderbolagets resultaträkning**

(Belopp i Mkr)	1999	1998
<b>Nettoomsättning</b>	<b>6.685</b>	5.918
Rörelsens kostnader	<b>-6.931</b>	-6.069
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-246</b>	-151
Koncernbidrag	<b>861</b>	1.049
Finansiella poster, netto	<b>2.182</b>	1.122
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>2.797</b>	2.020
Bokslutsdispositioner	<b>-39</b>	26
<b>Resultat före skatt</b>	<b>2.758</b>	2.046
Skatt	<b>-24</b>	-57
<b>Nettoresultat</b>	<b>2.734</b>	1.989

**Moderbolagets balansräkning**

(Belopp i Mkr)	1999-12-31	1998-12-31
Anläggningstillgångar	<b>31.423</b>	31.525
Varulager m m	<b>630</b>	593
Kortfristiga fordringar	<b>739</b>	666
Fordringar på dotterbolag	<b>2.933</b>	1.924
Likvida medel	<b>3.731</b>	2.036
<b>Summa tillgångar</b>	<b>39.456</b>	36.744
Eget kapital	<b>13.029</b>	11.394
Obeskattade reserver	<b>587</b>	548
Skulder till dotterbolag	<b>10.516</b>	5.740
Räntebärande skulder och avsättningar	<b>13.588</b>	17.531
Icke räntebärande skulder och avsättningar	<b>1.736</b>	1.531
<b>Summa skulder och eget kapital</b>	<b>39.456</b>	36.744

**Koncernens och moderbolagets kassaflödesanalyser**

(Belopp i Mkr)	Koncernen		Moderbolaget	
	1999	1998	1999	1998
<b>Den löpande verksamheten och investeringsverksamheten</b>				
Resultat efter finansiella poster	6.142	5.850	2.797	2.020
Planenliga avskrivningar som belastat ovanstående resultat	3.905	4.125	216	289
I rörelseresultatet redovisad realisationsvinst/förlust	-1.620	-964	-29	-77
Omstruktureringsreserv	-507	-1.122	-	-
Reserv för pensionsmål	1.841	-	-	-
Betald skatt	-2.166	-2.135	-27	-48
Förändring av rörelsekapitalet	1.065	-1.056	1.840	-1.650
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>8.660</b>	4.698	<b>4.797</b>	534
Investering i verksamheter	-418	-237	-	-
Avyttring av verksamheter	2.120	2.342	-	-
Investeringar	-4.439	-3.756	-302	-250
Övrigt	-400	875	2.254	-1.504
<b>Summa kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten</b>	<b>5.523</b>	3.922	<b>6.749</b>	-1.220
Förändring av kortfristiga lån	-4.039	954	-1.371	-1.147
Förändring av långfristiga lån	-553	-2.988	-2.584	2.159
Utdelning	-1.099	-915	-1.099	-915
Förändring av minoritetens andel	-	6	-	-
<b>Årets kassaflöde</b>	<b>-168</b>	979	<b>1.695</b>	-1.123
<b>Likvida medel vid årets början</b>	<b>11.387</b>	9.834	<b>2.036</b>	3.159
<b>Kursdifferens i likvida medel</b>	<b>-907</b>	574	-	-
<b>Likvida medel vid årets slut</b>	<b>10.312</b>	11.387	<b>3.731</b>	2.036
<b>Förändring av nettouplåningen</b>				
Årets kassaflöde exkl. förändring av lån	4,646	3,013	5,650	-2.135
Nettouplåning i början av året	-17,966	-20,159	-15,303	-13.168
Kursdifferenser på nettolikviditeten	-103	-820	-	-
Nettouplåning vid årets slut	-13,423	-17,966	-9,653	-15.303

Nettoomsättning per affärsområde	1999	Andel	1998	Andel
	Mkr	%	Mkr	%
Hushållsprodukter	<b>86.982</b>	<b>72,8</b>	84.581	72,0
Professionell utrustning	<b>10.960</b>	<b>9,2</b>	11.574	9,8
Utomhusprodukter	<b>21.325</b>	<b>17,8</b>	19.295	16,4
Övrigt <sup>1)</sup>	<b>283</b>	<b>0,2</b>	2.074	1,8
<b>Totalt</b>	<b>119.550</b>	<b>100,0</b>	117.524	100,0

1) Finansverksamheten och för 1998 även verksamheten i Gotthard Nilsson m m

Rörelseresultat per affärsområde	1999	Andel	1998	Andel
	Mkr	%	Mkr	%
Exklusive jämförelsestörande poster				
Hushållsprodukter <sup>1)</sup>	<b>5.070</b>	<b>68,3</b>	4.065	67,0
<i>Marginal,%</i>	<i>5,8</i>		<i>4,8</i>	
Professionell utrustning	<b>766</b>	<b>10,3</b>	723	11,9
<i>Marginal,%</i>	<i>7,0</i>		<i>6,2</i>	
Utomhusprodukter	<b>2.033</b>	<b>27,4</b>	1.788	29,5
<i>Marginal,%</i>	<i>9,5</i>		<i>9,3</i>	
Övrigt <sup>2)</sup>	<b>-51</b>	<b>-0,6</b>	-76	-1,2
Koncerngemensamma poster	<b>-398</b>	<b>-5,4</b>	-436	-7,2
<b>Totalt</b>	<b>7.420</b>	<b>100,0</b>	6.064	100,0

1) Inklusive avsättning på 175 Mkr för Brasilien och Asien under 1998.

2) Inklusive kostnader i finansverksamheten och för 1998 även verksamheten i Gotthard Nilsson m m.

#### Nettoomsättning och rörelseresultat per geografiskt område, Mkr

	Nettoomsättning		Rörelseresultat	
	1999	1998	1999	1998
Europa	<b>60.016</b>	62.102	<b>4.677</b>	4.489
Nordamerika	<b>47.675</b>	41.681	<b>3.290</b>	2.543
Övriga världen	<b>11.859</b>	13.741	<b>-547</b>	-968
Jämförelsestörande poster	-	-	<b>-216</b>	964
<b>Totalt</b>	<b>119.550</b>	117.524	<b>7.204</b>	7.028

## Kvartalsuppgifter

### Nettoomsättning och resultat per kvartal

		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Nettoomsättning, Mkr	<b>1999</b>	<b>29.053</b>	<b>33.021</b>	<b>29.070</b>	<b>28.406</b>	<b>119.550</b>
	1998	28.567	32.308	28.516	28.133	117.524
Rörelseresultat, Mkr	<b>1999</b>	<b>1.656</b>	<b>2.151</b>	<b>1.539</b>	<b>1.858</b>	<b>7.204</b>
	<i>Marginal,%</i>	5,7	6,5	5,3	6,5	6,0
	<b>1999<sup>1)</sup></b>	<b>1.656</b>	<b>2.151</b>	<b>1.755</b>	<b>1.858</b>	<b>7.420</b>
	<i>Marginal,%</i>	5,7	6,5	6,0	6,5	6,2
	1998	1.376	2.224	1.675	1.753	7.028
	<i>Marginal,%</i>	4,8	6,9	5,9	6,2	6,0
	1998 <sup>2)</sup>	1.376	1.669	1.425	1.594	6.064
	<i>Marginal,%</i>	4,8	5,2	5,0	5,7	5,2
Resultat efter finansiella poster, Mkr	<b>1999</b>	<b>1.384</b>	<b>1.835</b>	<b>1.354</b>	<b>1.569</b>	<b>6.142</b>
	<i>Marginal,%</i>	4,8	5,6	4,7	5,5	5,1
	<b>1999<sup>1)</sup></b>	<b>1.384</b>	<b>1.835</b>	<b>1.570</b>	<b>1.569</b>	<b>6.358</b>
	<i>Marginal,%</i>	4,8	5,6	5,4	5,5	5,3
	1998	1.060	1.863	1.381	1.546	5.850
	<i>Marginal,%</i>	3,7	5,8	4,8	5,5	5,0
	1998 <sup>2)</sup>	1.060	1.308	1.131	1.387	4.886
	<i>Marginal,%</i>	3,7	4,0	4,0	4,9	4,2
Nettoresultat, Mkr	<b>1999</b>	<b>912</b>	<b>1.188</b>	<b>1.024</b>	<b>1.051</b>	<b>4.175</b>
	<b>1999<sup>1)</sup></b>	<b>912</b>	<b>1.188</b>	<b>1.049</b>	<b>1.051</b>	<b>4.200</b>
	1998	667	1.230	985	1.093	3.975
	1998 <sup>2)</sup>	667	862	766	940	3.235
Nettoresultat per aktie, kr	<b>1999</b>	<b>2:50</b>	<b>3:25</b>	<b>2:80</b>	<b>2:85</b>	<b>11:40</b>
	<b>1999<sup>1)</sup></b>	<b>2:50</b>	<b>3:25</b>	<b>2:85</b>	<b>2:85</b>	<b>11:45</b>
	1998	1:85	3:35	2:70	2:95	10:85
	1998 <sup>2)</sup>	1:85	2:35	2:10	2:55	8:85

1) Exklusive jämförelsestörande poster. Dessa avser i tredje kvartalet 1999 en reservering på 225 miljoner USD (1.841 Mkr) och en realisationsvinst på ca 1.625 Mkr.

2) Exklusive jämförelsestörande poster. Dessa avser 1998 realisationsvinster netto på totalt 964 Mkr, varav 555 Mkr i andra kvartalet, 250 Mkr i tredje kvartalet och 159 Mkr i fjärde kvartalet.

**Nettoomsättning per affärsområde per kvartal, Mkr**

		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Hushållsprodukter	<b>1999</b>	<b>20.266</b>	<b>22.393</b>	<b>22.045</b>	<b>22.278</b>	<b>86.982</b>
	1998	20.140	21.512	21.345	21.584	84.581
Professionell utrustning	<b>1999</b>	<b>2.563</b>	<b>3.006</b>	<b>2.747</b>	<b>2.644</b>	<b>10.960</b>
	1998	2.722	2.999	2.760	3.093	11.574
Utomhusprodukter	<b>1999</b>	<b>6.155</b>	<b>7.557</b>	<b>4.190</b>	<b>3.423</b>	<b>21.325</b>
	1998	5.157	7.246	3.790	3.102	19.295

**Rörelseresultat per affärsområde per kvartal, Mkr**

		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Hushållsprodukter	<b>1999</b>	<b>1.071</b>	<b>1.206</b>	<b>1.327</b>	<b>1.466</b>	<b>5.070</b>
	<i>Marginal,%</i>	<b>5,3</b>	<b>5,4</b>	<b>6,0</b>	<b>6,6</b>	<b>5,8</b>
	1998	879	813 <sup>1)</sup>	1.057	1.316	4.065
	<i>Marginal,%</i>	4,4	3,8	5,0	6,1	4,8
Professionell utrustning	<b>1999</b>	<b>129</b>	<b>272</b>	<b>187</b>	<b>178</b>	<b>766</b>
	<i>Marginal,%</i>	<b>5,0</b>	<b>9,0</b>	<b>6,8</b>	<b>6,7</b>	<b>7,0</b>
	1998	103	223	177	220	723
	<i>Marginal,%</i>	3,8	7,4	6,4	7,1	6,2
Utomhusprodukter	<b>1999</b>	<b>574</b>	<b>794</b>	<b>334</b>	<b>331</b>	<b>2.033</b>
	<i>Marginal,%</i>	<b>9,3</b>	<b>10,5</b>	<b>8,0</b>	<b>9,7</b>	<b>9,5</b>
	1998	488	751	348	201	1.788
	<i>Marginal,%</i>	9,5	10,4	9,2	6,5	9,3
Koncerngemensamma poster	<b>1999</b>	<b>-109</b>	<b>-107</b>	<b>-87</b>	<b>-95</b>	<b>-398</b>
	1998	-95	-93	-122	-126	-436

1) Inklusive avsättning på 175 Mkr för Brasilien och Asien under 1998.



**Electrolux-aktien**

<b>Data per aktie 1995-1999<sup>1)</sup></b>	<b>1999</b>	1998	1997	1996	1995
Börskurs vid årets slut, kr <sup>2)</sup>	<b>214:00</b>	139:50	110:20	79:20	54:50
Högsta börskurs B-aktien, kr	<b>222:00</b>	161:00	139:80	85:40	77:40
Lägsta börskurs B-aktien, kr	<b>118:00</b>	87:50	77:70	54:30	50:80
Kursförändring under året, %	<b>53</b>	27	39	45	-28
Eget kapital per aktie, kr	<b>70</b>	67	56	61	58
Börskurs/Eget kapital per aktie, %	<b>304</b>	209	196	129	94
Utdelning, kr	<b>3:50</b> <sup>3)</sup>	3:00	2:50	2:50 <sup>4)</sup>	2:50
Nettoresultat per aktie, kr	<b>11:45</b> <sup>5)</sup>	8:85 <sup>5)</sup>	4:85 <sup>5)</sup>	5:05	7:50
EBIT-multipel <sup>6)</sup>	<b>12,9</b> <sup>5)</sup>	10,0	4,6	2,2	1,4
	<b>12,5</b> <sup>5)</sup>	11,5 <sup>5)</sup>	2,6 <sup>5)</sup>		
P/E-tal <sup>7)</sup>	<b>18,7</b>	15,8	22,7	15,7	7,3
Antal aktieägare	<b>52.600</b>	50.500	45.660	48.300	54.600

1) Åren 1995-1997 har för jämförbarheten räknats om med hänsyn till genomförd aktiesplit på 5:1 under 1998.

2) Sist betalt för B-aktien.

3) Enligt styrelsens förslag.

4) Samt 1/2 aktie i Gränges per 1 Electrolux-aktie.

5) Exklusive jämförelsestörande poster.

6) Börsvärde plus nettouplåning och minoritetsandel dividerat med rörelseresultat.

7) Börskurs i relation till nettoresultat per aktie efter full konvertering.

För åren 1995-1999 beräknat på nettoresultat per aktie efter full skatt.

**Definitioner****Rörelsemarginal**

Rörelseresultat i procent av nettoomsättning.

**Nettoresultat per aktie**

Nettoresultat dividerat med antal aktier.

**Antal aktier**

Antalet aktier 1999 uppgår till 366.169.580.

**Avkastning på eget kapital**

Nettoresultat i procent av ingående eget kapital.

**Avkastning på nettotillgångar**

Rörelseresultat i procent av genomsnittliga nettotillgångar.

**Nettotillgångar**

Summa tillgångar, exklusive likvida medel, finansiella fordringar samt icke räntebärande skulder och avsättningar.

**Value creation**

Rörelseresultat, exkl jämförelsestörande poster, minskat med en vägd genomsnittlig kapitalkostnad på nettotillgångarna.

**Soliditet**

Justerat eget kapital i procent av justerat totalt kapital.

**Justerat totalt kapital**

Totala tillgångar minskade med likvida medel.

**Skuldsättningsgrad**

Nettouplåning i förhållande till justerat eget kapital.

**Nettouplåning**

Totala räntebärande skulder minskade med likvida medel.

**Justerat eget kapital**

Eget kapital inklusive minoritetsintressen.