

RAPPORT FÖR DE FÖRSTA NIO MÅNADERNA 2000

Stockholm den
27 oktober 2000
Sid 1 (14)

- Nettoresultatet per aktie ökade med 19% -

<i>Siffror i Mkr, om ej annat angivits</i>	<u><i>Nio månader</i></u>			<u><i>Tredje kvartalet</i></u>		
	2000	1999 ¹⁾	Förändring	2000	1999 ¹⁾	Förändring
Nettoomsättning	95.072	91.144	4%	29.644	29.070	2%
Rörelseresultat	6.333	5.346	18%	1.830	1.539	19%
<i>Marginal, %</i>	6,7	5,9		6,2	5,3	
Resultat efter finansiella poster	5.575	4.573	22%	1.504	1.354	11%
<i>Marginal, %</i>	5,9	5,0		5,1	4,7	
Nettoresultat per aktie, kr²⁾	10:20	8:55	19%	2:85	2:80	2%
Värdeskapande³⁾	2.137	1.220	917	406	380	26
Avkastning på eget kapital, %	19,2	17,0				

1) Beloppen för 1999 inkluderar jämförelsestörande poster på -216 Mkr, se sid. 2.

2) Beräknat på det genomsnittliga antalet aktier för perioden efter återköp.

3) Se definition på sid. 4.

- **Tillväxten i efterfrågan i Europa och USA
mattades under tredje kvartalet**
- **Högre resultat för både Konsumentprodukter och
Professionella produkter**
- **God resultatökning i Nordamerika för såväl inomhus-
som utomhusprodukter**
- **Lägre resultat för Konsumentprodukter i Europa
i tredje kvartalet**
- **Värdeskapandet ökade med 917 Mkr jämfört
med föregående år**

AB ELECTROLUX

POSTADRESS
105 45 STOCKHOLM

TELEFON
08-738 60 00

TELEFAX
08-738 70 90

INVESTOR RELATIONS
08-738 60 03

HEMSIDA
www.electrolux.se

Nettoomsättning och resultat

Electrolux nettoomsättning för de första nio månaderna 2000 uppgick till 95.072 Mkr jämfört med 91.144 Mkr föregående år. Av ökningen på 4,3% kan -3,5% hänföras till förändringar i koncernens struktur, +2,4% till förändrade valutakurser och +5,4% till pris/mix/volym.

Rörelseresultatet ökade med 18% till 6.333 Mkr (5.346), motsvarande 6,7% (5,9) av omsättningen. Resultatet efter finansiella poster förbättrades med 22% till 5.575 Mkr (4.573), vilket motsvarade 5,9% (5,0) av omsättningen. Nettoresultatet ökade med 19% till 3.716 Mkr (3.124), motsvarande 10:20 kr (8:55) per aktie.

I ovan nämnda resultat för 1999 ingår jämförelsestörande poster på -216 Mkr, som utgjordes av en reservering under tredje kvartalet på 1.841 Mkr (225 miljoner USD) till följd av en dom i ett pensionsmål i USA och en realisationsvinst på 1.625 Mkr under samma kvartal från försäljningen av en verksamhet inom Professionella Produkter. Vid jämförelse med 1999, exklusive dessa jämförelsestörande poster, ökade rörelseresultatet med 14%, resultatet efter finansiella poster med 16% och nettoresultatet med 18%.

Förändringen av valutakurser under perioden, avseende både transaktions- och omräkningseffekter, hade netto en positiv påverkan på resultatet efter finansiella poster med cirka 475 Mkr. Effekten uppkom främst till följd av förstärkningen av dollarn och det brittiska pundet. Försvagningen av euron hade också en positiv påverkan genom att koncernen har en stor andel av produktionen inom EU.

Geografiskt ökade rörelseresultatet i Nordamerika. En förbättring uppnåddes även i Asien.

Sålda verksamheter ingår i siffrorna för de första nio månaderna föregående år med sammanlagt cirka 3.200 Mkr i nettoomsättning och cirka 80 Mkr i rörelseresultat, rensat för förvärvade enheter.

Tredje kvartalet

Tredje kvartalet 2000 ökade försäljningen till 29.644 Mkr jämfört med 29.070 Mkr motsvarande period föregående år. Av ökningen på 2% kan -3,8% hänföras till förändringar i koncernens struktur, +5,6% till förändrade valutakurser och +0,2% till pris/mix/volym.

Rörelseresultatet ökade med 19% till 1.830 Mkr (1.539), motsvarande 6,2% (5,3) av omsättningen och resultatet efter finansiella poster förbättrades med 11% till 1.504 Mkr (1.354), motsvarande 5,1% (4,7) av omsättningen. Nettoresultatet uppgick till 1.018 Mkr (1.024), vilket motsvarade 2:85 kr (2:80) per aktie.

I resultatet för 1999 ingår som nämnts ovan jämförelsestörande poster på -216 Mkr. Exklusive dessa poster ökade rörelseresultatet med 4%, medan resultatet efter finansiella poster minskade med 4%.

Finansnettot försämrades jämfört med tredje kvartalet föregående år, då koncernen hade betydande vinster från finansverksamheten. Ett högre ränteläge hade också en negativ påverkan.

Kassaflöde

Kassaflödet efter utdelning samt rensat för valutakursförändringar var -963 Mkr (4.548). Försämringen förklaras främst av en ökning av rörelsekapitalet till följd av en högre omsättning, lägre intäkter från försäljning av verksamheter samt återköp av aktier. Förbättringen av resultatet bidrog positivt. (Se sid. 9).

Eget kapital och skuldsättningsgrad

Eget kapital uppgick per den 30 september 2000 till 26.348 Mkr (24.769), vilket motsvarade 75:20 kr (67:60) per aktie.

Avkastningen på eget kapital uppgick till 19,2% (17,0) och avkastningen på nettotillgångarna till 21,8% (17,9). Exklusive jämförelsestörande poster var avkastningen på eget kapital 19,2% (17,2) och avkastningen på nettotillgångarna 21,1% (18,2).

De genomsnittliga nettotillgångarna, korregerade för jämförelsestörande poster, uppgick för perioden till 39.963 Mkr (40.674).

Nettouplåningen uppgick till 16.587 Mkr (13.152). Skuldsättningsgraden förbättrades till 0,61 (0,51).

Likvida medel uppgick vid periodens slut till 10.854 Mkr (11.731).

Moderbolaget AB Electrolux

Moderbolagets nettoomsättning uppgick för de första nio månaderna 2000 till 5.346 Mkr (4.794). Resultatet efter finansiella poster var 6.122 Mkr (1.524), vilket inkluderar utdelningar från dotterbolag på 6.764 Mkr (1.978).

Investeringarna var 123 Mkr (230). De likvida medlen uppgick vid utgången av perioden till 3.661 Mkr (3.608) mot 3.731 Mkr vid årsskiftet.

Moderbolagets andel av överskottsmedlen från SPP uppgår till 264 Mkr. Dessa har inte inräknats i resultatet för perioden, se även sid 7.

Värdeskapande

Under de första nio månaderna 2000 skapade koncernen totalt 2.137 Mkr (1.220) i värde, en ökning med 917 Mkr jämfört med motsvarande period föregående år.

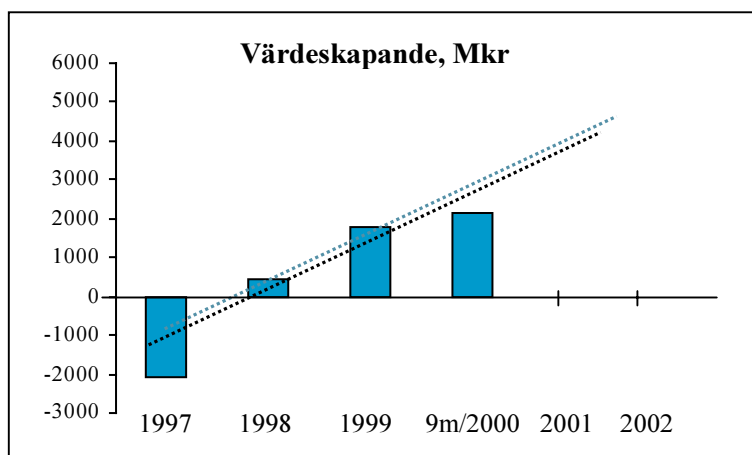
Ökningen uppnåddes genom en försäljningstillväxt på 4,3%, en höjning av rörelsemarginalen till 6,7% (6,1) och en förbättring av kapitalomsättningshastigheten till 2,38 (2,24).

Värdeskapandet per affärsområde under perioden framgår av nedanstående tabell.

Värdeskapande per affärsområde, Mkr

	Nio månader 2000	Nio månader 1999	Föränd- ring	Tredje kvartalet 2000	Tredje kvartalet 1999	Föränd- ring	Helår 1999
Konsumentprodukter							
Europa	591	597	-6	212	323	-111	1,224
Nordamerika	1,508	913	595	338	202	136	1,036
Övriga världen	-908	-1,013	105	-309	-310	1	-1,398
Konsumentprodukter totalt	1,191	497	694	241	215	26	862
Professionella produkter							
Inomhusprodukter	771	686	85	97	191	-94	896
Utomhusprodukter	595	469	126	197	131	66	663
Professionella produkter totalt	1,366	1,155	211	294	322	-28	1,559
Koncerngemensamma kostnader, mm	-420	-432	12	-129	-157	28	-639

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



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

Utvecklingen per affärsområde under de första nio månaderna

Konsumentprodukter

Marknaden för vitvaror i Västeuropa ökade i volym med knappt 5% jämfört med de första nio månaderna föregående år. Tredje kvartalet visade marknaden en uppgång med cirka 1%. Koncernens försäljning av vitvaror i Europa genom Electrolux Home Products visade god volymtillväxt, framför allt vad gäller stora återförsäljare samt i Östeuropa. Rörelseresultatet försämrades dock till följd av prispress och en ofördelaktig mix avseende både produkter och marknader. Kostnader för uppbyggnaden av den nya pan-europeiska organisationen hade en fortsatt negativ påverkan.

För att påskynda införandet av den nya organisationen inom Electrolux Home Products i Europa och sänka kostnader i verksamheten, har ett antal åtgärder initierats. Dessa omfattar bl a eliminering av dubbla funktioner inom vissa områden, ökad takt i omstruktureringen av försäljningsorganisationen, logistik och service samt förbättrad effektivitet vad gäller inköp av material och tjänster.

I USA ökade marknaden för vitvaror i volym under de första nio månaderna med cirka 4%, med en marginell nedgång under tredje kvartalet. Inklusive utrustning för luftkonditionering och mikrovågsugnar ökade marknaden för perioden som helhet med cirka 6% och minskade med cirka 1% under tredje kvartalet. Koncernen uppnådde en god volymtillväxt inom både vitvaror och luftkonditionering. Rörelseresultatet förbättrades jämfört med föregående år.

Efterfrågan på vitvaror i Brasilien visade en uppgång och koncernen hade en mycket god volymutveckling. Rörelseresultatet var dock lägre än föregående år främst till följd av högre materialkostnader.

Marknaden för dammsugare ökade i volym i Europa och USA. Båda marknaderna visade dock en lägre tillväxt under tredje kvartalet. Ökningen i efterfrågan avsåg främst de lägre prissegmenten. Försäljningen ökade för både den europeiska och den amerikanska verksamheten. Rörelseresultatet för produktlinje dammsugare visade en väsentlig uppgång till följd av den högre volymen och en förbättrad produktivitet.

Inom utomhusprodukter var efterfrågan i Europa något högre än under föregående år. Koncernens europeiska verksamhet uppnådde en god försäljningstillväxt. Rörelseresultatet visade en markant förbättring, dock från en låg nivå föregående år.

I USA ökade efterfrågan på trädgårdsprodukter och lättare motorsågar jämfört med 1999. Koncernen hade en mycket god försäljningsutveckling och rörelseresultatet förbättrades väsentligt.

Totalt sett var försäljningen av Konsumentprodukter högre än för de första nio månaderna föregående år. Rörelseresultatet förbättrades med en något högre marginal.

Professionella inomhusprodukter

Efterfrågan på storköksutrustning minskade något för perioden som helhet på de flesta marknader i Europa. Produktlinjens försäljning var lägre än föregående år, huvudsakligen till följd av mindre leveranser avseende stora projekt och ökad fokus på mer lönsamma marknadssegment. Rörelseresultatet förbättrades jämfört med 1999.

Lägre försäljning rapporterades även för verksamheten inom tvättutrustning till följd av minskade volymer i Västeuropa och Japan. Förseningar i tillverkningen på grund av introduktionen av ett nytt produktsortiment bidrog också till den negativa försäljningsutvecklingen. Rörelseresultatet visade en markant nedgång från föregående års höga nivå. Produktlinjens resultat påverkades dessutom negativt av en resultatnedgång för verksamheten inom tung tvättutrustning som avyttrades i början av oktober.

Efterfrågan på absorptionskylskåp och annan utrustning för husvagnsindustrin var högre än föregående år i både Europa och USA. Försäljningen för produktlinje fritidsprodukter ökade jämfört med föregående år och rörelseresultatet förbättrades. Den nyförvärvade Seitz-verksamheten bidrog till ökningen av försäljning och resultat.

Efterfrågan på kompressorer och motorer ökade under första halvåret på de flesta marknader men mattades under tredje kvartalet. Försäljningen för produktlinje komponenter var något högre än föregående år, vilket främst kan hänföras till verksamheten inom motorer. Rörelseresultatet förbättrades för perioden som helhet, men visade en väsentlig nedgång för tredje kvartalet.

Professionella utomhusprodukter

Efterfrågan på motorsågar visade en uppgång på de flesta viktiga marknader. Koncernens verksamhet inom professionella utomhusprodukter uppnådde en mycket god försäljningstillväxt inom motorsågar såväl som samtliga övriga produktområden och rörelseresultatet förbättrades väsentligt. Resultatet påverkades positivt av den starka dollarn genom att Husqvarna exporterar stora volymer av motorsågar från Sverige till Nordamerika.

Större förändringar i koncernen sedan 30 juni 2000

Per den 1 september förvärvades Bluebird International i USA, som tillverkar utrustning för skötsel av större grönområden. Bluebird har en årsomsättning på cirka 180 Mkr.

Per den 5 oktober såldes Washex i USA, en verksamhet inriktad på tyngre tvättutrustning inom Professionella inomhusprodukter. Washex hade 1999 en omsättning på cirka 300 Mkr och cirka 160 anställda.

Större avyttringar sedan tredje kvartalet 1999 är verksamheterna inom professionell kylutrustning, mat- och dryckesautomater samt direktförsäljning.

Återköp av egna aktier

I enlighet med bemyndigandet från bolagsstämman i april 2000 avseende återköp av aktier, hade koncernen per den 30 september 2000 återköpt totalt 15,8 miljoner Electrolux-aktier, serie B, för totalt 1998 Mkr. Electrolux äger därmed 4,3% av det totala antalet aktier i bolaget, motsvarande ett totalt nominellt värde på 79 Mkr.

Bemyndigandet från bolagsstämman omfattar återköp av upp till 10% av det totala antalet aktier under tiden fram till nästa bolagsstämma. Återköpen kommer att ske med beaktande av målsättningen att koncernens skuldsättningsgrad inte ska överstiga 0,80.

Allokering av pensionsöverskott

Försäkringsbolaget SPP har allokerat del av uppkomna överskott i sina pensionsfonder till anslutna bolag. Electrolux andel av överskotten uppgår till 435 Mkr, vilket överstiger det belopp som tidigare rapporterats.

Medlen har inte inräknats i resultatet för de första nio månaderna 2000.

Förväntningar på resten av år 2000

Under andra och tredje kvartalen 2000 har efterfrågan i Europa och USA mattats av, medan marknadsläget i Asien och Latinamerika förbättrats något.

De nuvarande trenderna vad gäller efterfrågan, pris, mix och kostnader för material förväntas fortsätta under fjärde kvartalet. Det kommer därmed att vara svårt för koncernen att uppnå ett rörelseresultat för fjärde kvartalet, exklusive jämförelsestörande poster, som helt motsvarar det starka resultat som rapporterades för fjärde kvartalet föregående år.

För att motverka de ovan nämnda omvärldsfaktorerna kommer koncernen att snabba upp genomförandet av åtgärder inriktade på att sänka kostnader i verksamheten.

Koncernens tidigare fastställda långsiktiga målsättning för värdeskapande är oförändrad.

Stockholm den 27 oktober 2000

Michael Treschow
VD och koncernchef

Koncernens resultaträkning, Mkr	Nio månader		Tredje kvartalet		Helår
	2000	1999	2000	1999	1999
Nettoomsättning	95.072	91.144	29.644	29.070	119.550
Kostnad för sålda varor	-71.228	-66.850	-22.118	-21.058	-87.288
Försäljningskostnader	-12.950	-13.940	-4.358	-4.699	-18.450
Administrationskostnader	-4.435	-4.738	-1.244	-1.534	-6.261
Övriga rörelseintäkter/kostnader	-126	-54	-94	-24	-131
Jämförelsestörande poster	-	-216	-	-216	-216
Rörelseresultat*	6.333	5.346	1.830	1.539	7.204
<i>Marginal, %</i>	6,7	5,9	6,2	5,3	6,0
Finansiella poster, netto	-758	-773	-326	-185	-1.062
Resultat efter finansiella poster	5.575	4.573	1.504	1.354	6.142
<i>Marginal, %</i>	5,9	5,0	5,1	4,7	5,1
Skatt	-1.890	-1.468	-502	-362	-2.005
Minoritetens andel i nettoresultat	31	19	16	32	38
Nettoresultat	3.716	3.124	1,018	1.024	4.175
<i>* I beloppet ingår avskrivningar med:</i>	-2.792	-2.951	-919	-974	-3.905

Koncernens balansräkning, Mkr	30 september 2000	30 september 1999	Helår 1999
Tillgångar			
Anläggningstillgångar	29.715	26.973	28.051
Varulager m m	16.545	15.230	16.171
Kundfordringar	25.458	23.687	21.513
Övriga fordringar	6.277	5.789	5.597
Likvida medel	10.854	11.731	10.312
Summa tillgångar	88.849	83.410	81.644
Eget kapital och skulder			
Eget kapital	26.348	24.769	25.781
Minoritetsintressen	822	821	825
Räntebärande skulder och avsättningar	27.441	24.883	23.735
Icke räntebärande skulder och avsättningar	34.238	32.937	31.303
Summa eget kapital och skulder	88.849	83.410	81.644

Koncernens kassaflödesanalys, Mkr

	Nio månader 2000	Nio månader 1999	Helår 1999
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	5.575	4.573	6.142
Planenliga avskrivningar som belastat ovanstående resultat	2.792	2.951	3.905
Reserver och realisationsvinster/förluster	-59	-184	-286
Betald skatt	-1.664	-925	-2.166
Förändring av rörelsekapitalet	-2.179	913	1.065
Kassaflöde från den löpande verksamheten	4.465	7.328	8.660
Investeringsverksamheten			
Investeringar/avyttringar av verksamheter samt varumärke	329	1.798	1.702
Investeringar	-3.095	-3.267	-4.439
Övrigt	618	-212	-400
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-2.148	-1.681	-3.137
Utdelning samt återköp av aktier	-3.280	-1.099	-1.099
Kassaflöde efter utdelning	-963	4.548	4.424
Förändring av räntebärande skulder	1.326	-3.680	-4.592
Årets kassaflöde	363	868	-168
Likvida medel vid årets början	10.312	11.387	11.387
Kursdifferens i likvida medel	179	-524	-907
Likvida medel vid periodens slut	10.854	11.731	10.312
Förändring av nettoupplåningen			
Årets kassaflöde exkl. förändring av lån	-963	4.548	4.646
Nettoupplåning i början av året	-13.423	-17.966	-17.966
Kursdifferenser på nettoupplåning	-2.201	266	-103
Nettoupplåning vid periodens slut	-16.587	-13.152	-13.423

Nettoomsättning per affärsområde, Mkr

	Nio månader		Tredje kvartalet		Helår
	2000	1999	2000	1999	1999
Konsumentprodukter					
Europa	31.266	31.477	10.832	10.780	42.640
Nordamerika	37.475	33.019	10.484	9.725	41.452
Övriga världen	6.486	5.605	2.276	1.925	7.597
Konsumentprodukter totalt	75.227	70.101	23.592	22.430	91.689
Professionella produkter					
Inomhusprodukter	13.380	15.590	4.092	5.006	20.450
Utomhusprodukter	6.177	5.224	1.846	1.547	7.100
Professionella produkter totalt	19.557	20.814	5.938	6.553	27.550
Övrigt	288	229	114	87	311
Totalt	95.072	91.144	29.644	29.070	119.550

Rörelseresultat per affärsområde, Mkr

	Nio månader		Tredje kvartalet		Helår
	2000	1999	2000	1999	1999
Konsumentprodukter					
Europa	1.488	1.541	504	635	2.444
<i>Marginal, %</i>	<i>4,8</i>	<i>4,9</i>	<i>4,7</i>	<i>5,9</i>	<i>5,7</i>
Nordamerika	2.937	2.386	812	678	2.895
<i>Marginal, %</i>	<i>7,8</i>	<i>7,2</i>	<i>7,7</i>	<i>7,0</i>	<i>7,0</i>
Övriga världen	-113	-207	-31	-47	-342
<i>Marginal, %</i>	<i>-1,7</i>	<i>-3,7</i>	<i>-1,4</i>	<i>-2,4</i>	<i>-4,5</i>
Konsumentprodukter totalt	4.312	3.720	1.285	1.266	4.997
<i>Marginal, %</i>	<i>5,7</i>	<i>5,3</i>	<i>5,4</i>	<i>5,6</i>	<i>5,4</i>
Professionella produkter					
Inomhusprodukter	1.409	1.453	313	439	1.902
<i>Marginal, %</i>	<i>10,5</i>	<i>9,3</i>	<i>7,6</i>	<i>8,8</i>	<i>9,3</i>
Utomhusprodukter	893	713	289	208	983
<i>Marginal, %</i>	<i>14,5</i>	<i>13,6</i>	<i>15,7</i>	<i>13,4</i>	<i>13,8</i>
Professionella produkter totalt	2.302	2.166	602	647	2.885
<i>Marginal, %</i>	<i>11,8</i>	<i>10,4</i>	<i>10,1</i>	<i>9,9</i>	<i>10,5</i>
Koncerngemensamma kostnader, mm	-281	-324	-57	-158	-462
Jämförelsestörande poster	-	-216	-	-216	-216
Totalt	6.333	5.346	1.830	1.539	7.204

Värdeskapande, Mkr	Nio månader		Tredje kvartalet		Helår
	2000	1999	2000	1999	1999
Konsumentprodukter					
Europa	591	597	212	323	1.224
Nordamerika	1.508	913	338	202	1.036
Övriga världen	-908	-1.013	-309	-310	-1.398
Konsumentprodukter totalt	1.191	497	241	215	862
Professionella produkter					
Inomhusprodukter	771	686	97	191	896
Utomhusprodukter	595	469	197	131	663
Professionella produkter totalt	1.366	1.155	294	322	1.559
Koncerngemensamma kostnader, mm	-420	-432	-129	-157	-639
Totalt	2.137	1.220	406	380	1.782

Nyckeltal	Nio månader		Tredje kvartalet		Helår
	2000	1999	2000	1999	1999
Nettoresultat per aktie, kr ¹⁾	10:20	8:55	2:85	2:80	11:40
Avkastning på eget kapital, % ²⁾	19,2	17,0			17,1
Avkastning på nettotillgångar, % ³⁾	21,8	17,9			18,3
Skuldsättningsgrad ⁴⁾	0,61	0,51			0,50
Investeringar, Mkr	3.095	3.267	1.103	1.283	4.439
Medeltal anställda	87.900	94.100	88.300	94.500	92.916

1) Antalet aktier uppgår efter återköp i genomsnitt till 363,3 miljoner för nio månader och till 358,4 miljoner för tredje kvartalet. Under 1999 uppgick antalet aktier till 366,2 miljoner.

2) Annualiserat nettoresultat i procent av ingående eget kapital.

3) Annualiserat rörelseresultat i procent av genomsnittliga nettotillgångar.

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

Kvartalsuppgifter

Nettoomsättning och resultat per kvartal

		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Nettoomsättning, Mkr	2000	31.229	34.199	29.644		
	1999	29.053	33.021	29.070	28.406	119.550
Rörelseresultat, Mkr	2000	2.050	2.453	1.830		
	<i>Marginal,%</i>	6,6	7,2	6,2		
	1999	1.656	2.151	1.539	1.858	7.204
	<i>Marginal,%</i>	5,7	6,5	5,3	6,5	6,0
	1999 ¹⁾	1.656	2.151	1.755	1.858	7.420
	<i>Marginal,%</i>	5,7	6,5	6,0	6,5	6,2
Resultat efter finansiella poster, Mkr	2000	1.786	2.285	1.504		
	<i>Marginal,%</i>	5,7	6,7	5,1		
	1999	1.384	1.835	1.354	1.569	6.142
	<i>Marginal,%</i>	4,8	5,6	4,7	5,5	5,1
	1999 ¹⁾	1.384	1.835	1.570	1.569	6.358
	<i>Marginal,%</i>	4,8	5,6	5,4	5,5	5,3
Nettoresultat, Mkr	2000	1.188	1.510	1.018		
	1999	912	1.188	1.024	1.051	4.175
	1999 ¹⁾	912	1.188	1.049	1.051	4.200
Nettoresultat per aktie, kr	2000	3:25	4:10	2:85		
	1999	2:50	3:25	2:80	2:85	11:40
	1999 ¹⁾	2:50	3:25	2:85	2:85	11:45
Värdeskapande, Mkr	2000	691	1.040	406		
	1999	183	657	380	562	1.782

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

Nettoomsättning per affärsområde per kvartal, Mkr

<i>Konsumentprodukter</i>		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Europa	2000	10.308	10.126	10.832		
	1999	10.182	10.515	10.780	11.163	42.640
Nordamerika	2000	12.351	14.640	10.484		
	1999	10.545	12.749	9.725	8.433	41.452
Övriga världen	2000	1.951	2.259	2.276		
	1999	1.717	1.963	1.925	1.992	7.597
Konsumentprodukter totalt	2000	24.610	27.025	23.592		
	1999	22.444	25.227	22.430	21.588	91.689
<i>Professionella produkter, Inomhus</i>	2000	4.398	4.890	4.092		
	1999	4.910	5.674	5.006	4.860	20.450
<i>Professionella produkter, Utomhus</i>	2000	2.140	2.191	1.846		
	1999	1.629	2.048	1.547	1.876	7.100
Professionella produkter totalt	2000	6.538	7.081	5.938		
	1999	6.539	7.722	6.553	6.736	27.550

Rörelseresultat per affärsområde per kvartal, Mkr

Konsumentprodukter		1kv	2kv	3kv	4kv	Helår
Europa	2000	566	418	504		
	<i>Marginal,%</i>	5,5	4,1	4,7		
	1999	506	400	635	903	2.444
	<i>Marginal,%</i>	5,0	3,8	5,9	8,1	5,7
Nordamerika	2000	928	1.197	812		
	<i>Marginal,%</i>	7,5	8,2	7,7		
	1999	719	989	678	509	2.895
	<i>Marginal,%</i>	6,8	7,8	7,0	6,0	7,0
Övriga världen	2000	-71	-11	-31		
	<i>Marginal,%</i>	-3,6	-0,5	-1,4		
	1999	-82	-78	-47	-135	-342
	<i>Marginal,%</i>	-4,8	-4,0	-2,4	-6,8	-4,5
Professionella produkter, Inomhus	2000	423	673	313		
	<i>Marginal,%</i>	9,6	13,8	7,6		
	1999	380	634	439	449	1.902
	<i>Marginal,%</i>	7,7	11,2	8,8	9,2	9,3
Professionella produkter, Utomhus	2000	309	295	289		
	<i>Marginal,%</i>	14,4	13,5	15,7		
	1999	228	277	208	270	983
	<i>Marginal,%</i>	14,0	13,5	13,4	14,4	13,8
Koncerngemensamma kostnader, mm	2000	-105	-119	-57		
	1999	-95	-71	-158	-138	-462
Jämförelsestörande poster	2000					
	1999			-216		-216

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

Resultatet för år 2000 kommer att publiceras den 9 februari 2001.

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