

Delårsrapport 1/2004

Januari – mars 2004



Sammanfattning av verksamheten januari – mars

- Försäljningsvolymen i liter fortsätter att öka medan försäljningen i ren alkohol ligger på samma nivå som föregående år.
 - Totala försäljningen av drycker uppgick till 74,4 (73,2) miljoner liter under årets första tre månader, vilket är en ökning med 1,6 procent jämfört med motsvarande period 2003.
 - Försäljningen av sprit minskade med 398 tusen liter, jämfört med samma period 2003, vilket är en minskning 8,4 procent
- Koncernens intäkter första kvartalet 2004 uppgick till 3 928 miljoner kronor vilket är en minskning med 90 miljoner kronor, -2,2 procent.
- För perioden januari – mars 2004 uppgick resultatet efter finansiella poster till -27,8 (-39,0) miljoner kronor. Årsresultatet förväntas motsvara kravet i ägardirektivet, en avkastning på eget kapital på cirka 8 procent.
- Koncernens investeringar uppgick till 72,2 miljoner kronor, en ökning med 6,5 miljoner kronor jämfört med samma period 2003. Ombyggnad av butiker står för 33,3 mkr (25,6 mkr).

Verksamheten

Systembolaget AB är ett statligt ägt aktiebolag med 422 butiker på 322 orter och cirka 4 100 anställda. Dessutom finns ombud på 580 orter där kunderna kan beställa varor för avhämtning. Företaget har genom beslut av riksdagen monopol på försäljning till allmänheten av spritdrycker, vin och starköl i Sverige.

Systembolaget har som målsättning att bli en av landets ledande fackhandelskedjor. Företaget ska samtidigt klara sin uppgift inom alkoholpolitiken och bidra till att alkoholens negativa effekter minimeras.

Strategisk inriktning

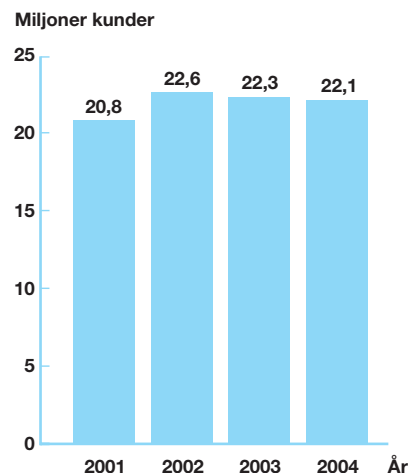
Systembolaget bedriver ett omfattande förändringsarbete. Målsättningen är att, inom ramen för det alkoholpolitiska uppdraget, ge kunderna bästa möjliga service för att skapa en stabil och långsiktig opinionsmässig förankring av verksamheten.

Etablering görs av nya butiker och en successiv övergång till självbetjäning har fortsatt med utgångspunkt i årliga beslut av styrelsen. Butikerna byggs om med ny färgsättning och utformning för att möta kundernas önskemål om en varmare och mer öppen butiksmiljö.

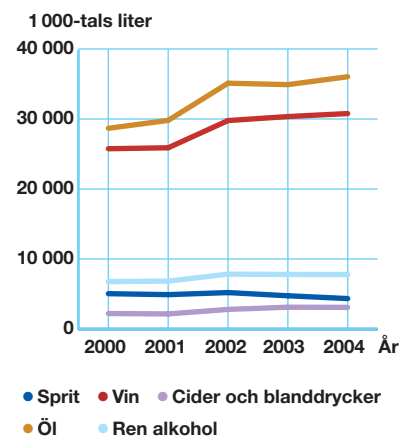
Nedanstående punkter sammanfattar på en övergripande nivå de strategiska utgångspunkterna för verksamheten och förändringsarbetet:

- Försäljningsreglerna ska efterlevas, vilket innebär att försäljning av alkohol endast får ske till:
 - Kunder över 20 år
 - Ej märkbart påverkade kunder
 - Kunder som inte misstänks ha för avsikt att langa vidare
- Sortimentet ska vara brett, kvalitetstestat och tillgodose även mindre konsumentgruppers efterfrågan.
- Hela utbudet av varor ska vara tillgängligt i hela landet. Det lokalt lagerhållna sortimentet kan variera efter läge och efterfrågan.

Antal kundbesök januari – mars



Försäljning januari – mars



Anitra Steen verkställande direktör

- Mötet med Systembolaget ska ge samma upplevelse och präglas av samma värderingar oavsett var någonstans i landet mötet sker.
- Företaget är neutralt avseende alkoholdryckernas varumärken och leverantörer
- Företaget är inte vinstmaximerande och driver inte merförsäljning
- Kunderna ska ges en bra köpupplevelse och få minst lika bra service som i annan handel.

Strukturen i den strategiska planen samt i de årliga verksamhetsplanerna är att verksamheten betraktas ur fyra olika perspektiv: *samhälle, kund, medarbetare, finansiellt*, för att svara mot Systembolagets uppdrag, ägardirektiv och avtal med staten. Inom varje perspektiv har strategiska måltal fastställts.

- *Samhälle* – detta perspektiv omfattar Systembolagets samhällsansvar, med målsättning att svenska folket vill behålla Systembolagets detaljhandelsmonopol. Systembolaget ska också med en fungerande ålderskontroll motverka att ungdomar under 20 år kommer över alkohol.
- *Kund* – Systembolaget ska av kunderna uppfattas som en ledande detaljhandelskedja avseende sortiment, kunnande, service och ansvar.
- *Medarbetare* – Systembolaget ska vara en attraktiv arbetsplats och erbjuda sina medarbetare goda utvecklingsmöjligheter.
- *Finansiellt* – verksamheten ska vara lönsam och skapa utrymme för företagets utveckling och förnyelse, samt ge avkastning enligt ägarens krav.

Strategisk uppföljning och nyckeltal

I avtal och ägardirektiv från staten har Systembolagets roll som ett alkoholpolitiskt instrument tydliggjorts, vilket bland annat innebär att vinstmaximering inte ska eftersträvas, utan att förbättrad produktivitet ska ge utslag i en utökad service till kunderna och lägre handelsmarginaler.

Systembolagets strategiska utveckling följs upp och redovisas löpande med nedanstående nyckeltal. Under år 2001 gjordes mätningar som fastställde basnivån för varje nyckeltal. I företagets strategiska plan har det för varje nyckeltal angivits en målnivå för år 2004 och 2007. Utvecklingen inom respektive område ligger till grund för de prioriteringar som görs de kommande åren.

Strategiska nyckeltal

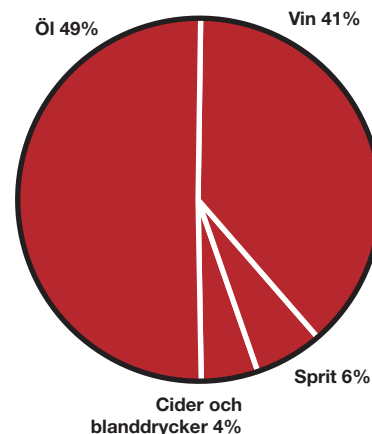
Perspektiv	Operativt nyckeltal	jan – mar 2004	jan – mar 2003	helår 2003	målnivå 2004	målnivå 2007
Samhälle	Opinionsindex *	51%	54%	55%	54%	57%
	Ålderskontroll	83%	81%	83%	85%	88%
Finansiellt	Handelsmarginal exkl alkoholskatt	25,4%	25,5%	25,1%	25,7%	25,8%
Kund	Nöjd kund-index (NKI) **	73	71	73	76	76
Medarbetare	Nöjd medarbetar-index (NMI) **	69	68	69	73	73

* Genomsnitt de senaste 12 månaderna.

** NKI och NMI redovisas och mäts en gång per år. Resultatet för 2004 kommer att presenteras i kommande rapport

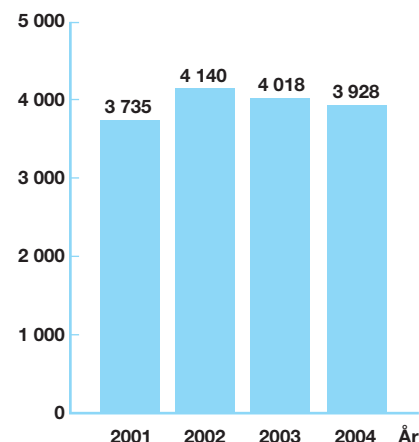
Opinionsindex mäter hur stor andel av Sveriges befolkning som vill behålla Systembolaget och monopolet för försäljning av starköl, vin och sprit. Ålderskontroll, dvs andelen tillfällen då legitimation har begärts av kunder under 25 år i procent av antal genomförda kontrollköp av personer i åldersgruppen 20 – 25 år, ligger på en högre nivå än första kvartalet föregående år. Den lägre handelsmarginalen förklaras dels av att försäljningen av större förpackningar (Bag-in-box) har ökat och dels av en relativ ökad försäljningsvolym av lågprisprodukter inom respektive varugrupp. En sänkt marginal i kombination med att avkastningskravet kan uppnås är ett övergripande mått på en ökad effektivitet i verksamheten.

Försäljning i liter januari – mars uppdelat på varugrupper



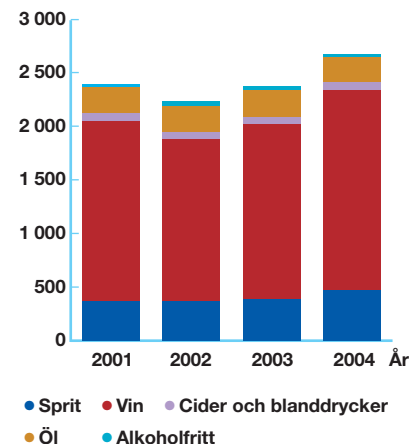
Omsättning januari – mars

Miljoner kronor



Antal märken i sortimentet

Antal märken



Försäljning

Försäljning drycker, tusentals liter

	jan – mar 2004	jan – mar 2003	helår 2003
Sprit	4 358	4 756	22 107
Vin	30 776	30 347	141 785
Starköl	36 033	34 907	16 519
Cider	2 720	2 860	179 135
Blanddrycker	382	262	2 185
Alkoholfritt	99	81	545
Summa försäljning drycker	74 368	73 213	362 276

Systembolaget sålde 74,4 miljoner liter drycker under de första tre månaderna 2004. Det är en ökning med 1,6 procent jämfört med motsvarande period 2003 då försäljningen uppgick till 73,2 miljoner liter. Spritförsäljningen har under de första tre månaderna minskat med 8,4 procent vilket motsvarar 398 tusen liter jämfört med samma period 2003. Mätt i ren alkohol är försäljningsvolymen i princip på samma nivå, 7 788 tusen liter 2004 vilket är en minskning med 15 tusen liter jämfört mot 2003 då försäljningsvolymen var 7 803 tusen liter.

Resultat och ekonomisk ställning, koncernen

Försäljningens fördelning per varugrupp, miljoner kronor

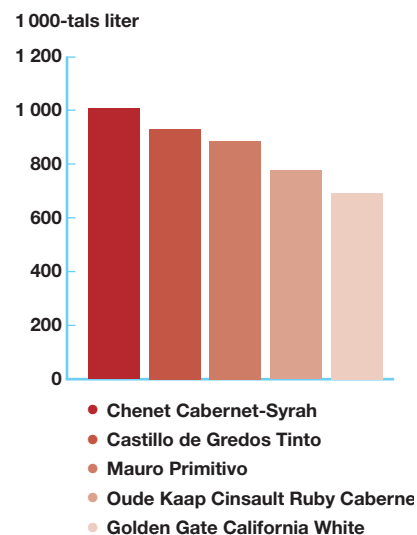
Nettoomsättning, miljoner kronor

	jan – mar 2004	jan – mar 2003	helår 2003
Sprit	1 153,0	1 255,0	5 863,9
Vin	1 839,0	1 808,0	8 449,7
Starköl	768,0	788,0	3 955,9
Cider och blanddrycker	101,0	81,0	604,2
Alkoholfritt	3,0	24,0	16,9
Summa försäljning drycker	3 864,0	3 956,0	18 890,6
Övriga varor och tjänster	14,8	13,0	93,9
Nettoomsättning, moderbolaget	3 878,8	3 969,0	18 984,5
Nettoomsättning, dotterföretag	49,2	49,0	222,9
Nettoomsättning, koncernen	3 928,0	4 018,0	19 207,4

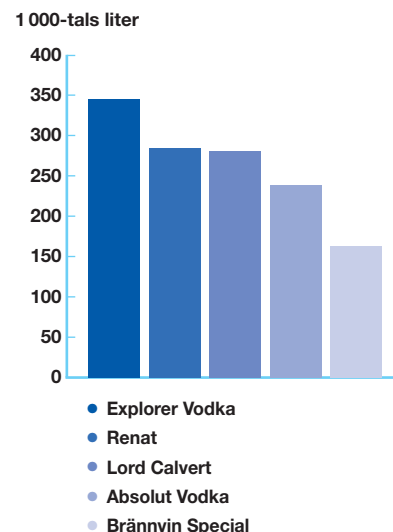
Ekonomisk sammanfattning, miljoner kronor

	jan – mar 2004	jan – mar 2003	helår 2003
Rörelsens intäkter	3 928,0	4 018,0	19 207,4
Rörelseresultat	-27,0	-47,0	172,3
Resultat efter finansiella poster	-27,8	-39,0	201,6
Kassaflöde i den löpande verksamheten	-957,0	-1 202,0	169,9
Soliditet i (%)*	41,5	42,2	32,7

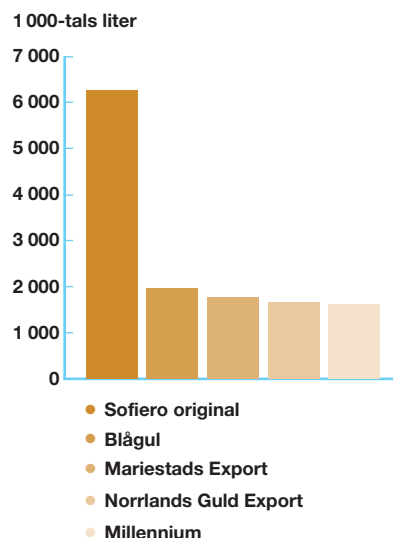
Fem-i-topp av vin januari – mars



Fem-i-topp av sprit januari – mars



Fem-i-topp av öl januari – mars



För perioden januari–mars 2004 var omsättningen 3 928 (4 018) miljoner kronor en minskning med 2,2 procent. Rörelsens kostnader minskade med 30 miljoner kronor jämfört med föregående år till 557 miljoner kronor. Resultatet efter finansiella poster uppgick till -27,8 (-39,0) miljoner kronor en resultatförbättring med 11,2 miljoner kronor. Resultatförbättringen beror främst på lägre kostnader jämfört med föregående år avseende ombyggnation, externa tjänster och IT-kostnader. Systembolaget har regelmässigt en relativt låg försäljning under första kvartalet Ågardirektivet anger att avkastning bör ligga fyra procentenheter över den långfristiga statslåneräntan, det vill säga cirka 8 procent i avkastning på eget kapital.

Eget kapital

	jan – mar 2004	jan – mar 2003	helår 2003
Eget kapital vid årets ingång	1 348,7	1 410,4	1 410,4
Utdelning beslutat på ordinarie bolagsstämma	0,0	0,0	-80,0
Utdelning beslutat på extra bolagsstämma	0,0	0,0	-120,0
Årets resultat	-27,8	-39,0	138,3
Eget kapital vid årets utgång	1 320,9	1 371,4	1 348,7

Moderbolaget

Systembolaget AB:s resultat efter finansiella poster uppgick till -51,7 (-54,0) miljoner kronor.

Redovisningsprinciper

Denna delårsrapport är upprättad i överensstämmelse med Redovisningsrådets rekommendation om delårsrapportering (RR20). Samma redovisningsprinciper har använts som i den senaste årsredovisningen.

Enligt Redovisningsrådets rekommendation avseende ersättningar till anställda (RR29) skall pensionsåtaganden redovisas i balansräkningen. Arbetet med detta pågår och preliminära siffror visar på att värdet på pensionsstiftelsernas tillgångar överskrider pensionsåtaganden med ca 250 miljoner kronor, eller ca 25 %. Företaget har för avsikt att i detta avseende tillämpa RR29 fullt ut i kommande delårsrapportering.

Resultaträkning, miljoner kronor

	jan – mar 2004	jan – mar 2003	helår 2003
Nettoomsättning	3 928,0	4 018,0	19 207,4
Kostnad för sålda varor	-3 398,0	-3 478,0	-16 657,3
Bruttoresultat	530,0	540,0	2 550,1
Övriga kostnader	-557,0	-587,0	-2 377,8
Rörelseresultat	-27,0	-47,0	172,3
Finansnetto	-0,8	8,0	29,3
Resultat efter finansiella poster	-27,8	-39,0	201,6
Skatt			-63,3
Periodens resultat	-27,8	-39,0	138,3

Balansräkning, miljoner kronor

	2004-03-31	2003-03-31	2003-12-31
Anläggningstillgångar	1 518,0	1 358,0	1 501,5
Varulager	861,0	652,0	841,4
Kortfristiga fordringar	172,0	251,0	123,0
Likvida medel	630,0	987,0	1 650,2
Summa tillgångar	3 181,0	3 248,0	4 116,1
Bundet eget kapital	773,0	758,0	773,0
Fritt eget kapital	548,0	613,0	574,7
Avsättningar	270,0	268,0	267,8
Skulder	1 590,0	1 609,0	2 500,6
Summa eget kapital och skulder	3 181,0	3 248,0	4 116,1

Kassaflödesanalys, miljoner kronor

	jan – mar 2004	jan – mar 2003	helår 2003
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital	-957,0	-1 202,0	169,9
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-61,0	-53,0	-342,1
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-2,0	-102,0	-301,9
Årets kassaflöde	-1 020,0	-1 357,0	-474,1
Likvida medel vid årets början	1 650,0	2 344,0	2 124,3
Likvida medel vid årets slut	630,0	987,0	1 650,2

Stockholm 26 april 2004
Systembolaget AB

Anitra Steen
Verkställande direktör

Denna rapport har ej varit föremål för revisorernas granskning.

Kommande informationstillfällen

Delårsrapport januari – juni 2004
25 augusti – 2004

Delårsrapport januari – september 2004
3 november – 2004

Bokslutskommuniké 2004.
10 februari – 2005

För mer information, kontakta



Björn Rydberg presschef
Telefon 08-503 310 25



Ander Söderlund ekonomidirektör
Telefon 08-503 329 22

Systembolaget AB

Postadress 103 84 Stockholm Besöksadress Kungsträdgårdsgatan 14

Telefon 08-503 300 00 Fax 08-503 310 00

Webbplats www.systembolaget.se