

Delårsrapport januari-mars

2022

Sammanfattning av första kvartalet 2022

- Ålderskontrollen¹ uppgick till 97 (97)² procent.
- Opinionsmätningar visade att 73 (78) procent av medborgarna vill behålla Systembolagets ensamrätt.
- Systembolagets försäljningsvolym uppgick till 115,7 (124,9) miljoner liter. Minskningen beror delvis på att påskförsäljningen 2021 inföll under första kvartalet för att 2022 infalla under det andra kvartalet.
- Nettoomsättningen minskade till 7 756 (8 350) MSEK.
- Rörelseresultatet uppgick till -41 (-18) MSEK.
- Resultatet från Mediaakademins Förtroendebarmeter visar att Systembolaget fortfarande är det företag som det svenska folket har störst förtroende för, då 71 (73) procent uppgav att de har ett ganska eller mycket stort förtroende för Systembolaget.

1. För definitioner av nyckeltal se sidan 14-15.
2. Siffror inom parentes avser motsvarande period föregående år om inget annat framgår.

SYFTE

Att bidra till förbättrad folkhälsa genom att begränsa alkoholens skadeverkningar.

VÅRT SAMHÄLLSUPPDRAG

Att med ensamrätt, och med ansvar och god service, sälja alkoholdrycker och liknande preparat samt att informera om alkoholens skadeverkningar.

VÅR VISION

Ett samhälle där alkoholdrycker njuts med omsorg om hälsan så att ingen tar skada.

Finansiell information

MSEK	jan-mar 2022	jan-mar 2021	helår 2021
Nettoomsättning	7 756	8 350	38 120
Rörelseresultat	-41	-18	428
Periodens resultat	-59	-5	376
Eget kapital	1 640	1 789	1 699
Avkastning på eget kapital %	35	19	22
Balansomslutning	5 740	6 270	7 702
Soliditet %	29	29	22
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-1 949	-481	1 520
Årsarbetare	3 223	3 505	4 035

Vd har ordet

Vi lämnar nu årets första kvartal bakom oss och resultatet visar att vår totala försäljning minskade med -7 (17) procent under perioden. Nedgången jämfört med föregående år påverkades dels av att påskförsäljningen i år inföll i april dels av borttagna restriktioner. Rörelseresultatet slutade på -41 (-18) och försämringen jämfört med året innan är främst hänförligt till lägre försäljningsvolym.

Vi befinner oss fortsatt i en orolig omvärld sedan Ryssland invaderat Ukraina. I samband med detta har Systembolaget beslutat att plocka bort alla ryska produkter ur vårt sortiment tills vidare. En positiv förändring är att pandemirestriktionerna har hävts och våra kunder kan besöka oss som vanligt. Systembolaget behåller dock handsprit och plexiglasskivor vid kassorna i våra butiker, som en säkerhetsåtgärd för våra kunder och personal. E-handeln var för första kvartalet i linje med vår prognos, men vi ser en avmattning i tillväxten för e-handeln jämfört med föregående år, vilket sannolikt är kopplat till att pandemirestriktionerna nu är borttagna. Den totala e-handelsvolymen är dock ca 60 procent högre idag, jämfört med 2019, innan pandemin bröt ut.

Ett aktuellt exempel inom teknikutveckling är vår nya digitala funktion *Liknande vin* som i februari blev tillgänglig för alla butiker. *Liknande vin*, är en ny funktion, baserad på Artificiell Intelligens, som vi testar i Systembolagets app och är framtagen för att ge kunden förslag på nya viner med en liknande smak som favoritvinet. Syftet med funktionen är att kunna ge ännu bättre kunskap och rådgivning i kundmötet.

STARKT MEN SJUNKANDE STÖD FÖR ENSAMRÄTTEN

Systembolaget har en viktig roll i samhället – vi har ensamrätt på försäljning av alkohol med syftet att värna om folkhälsan i Sverige. Enligt Opinionsindex (OPI), som mäter svenskarnas inställning till ensamrätten visar resultatet under första kvartalet att stödet för Systembolagets ensamrätt hamnar på en lägre nivå än under samma period förra året, 73 (78) procent. Stödet för Systembolaget påverkas främst av hur befolkningen betraktar alkoholens negativa effekter. Uppfattningar om individens ansvar och fri företagsamhet påverkar stödet för Systembolagets ensamrätt. Resultatet visar på vikten av att fortsätta att visa och påminna det svenska folket om den alkoholpolitiska samhällsnyttan med Systembolaget.

HÅLLBART VAL

Då Systembolaget vill vara ett föredöme inom hållbart företagande har vi under mars månad lanserat en helt ny form av märkning, "Hållbart val", som ska hjälpa våra kunder



att välja hållbara produkter i vårt sortiment. Märkningen omfattar flera viktiga delar av hållbarhet, såsom miljö, klimat och arbetsvillkor. Kriterierna kommer utvärderas efter hand och fler aspekter av hållbarhet kan komma att vägas in. Detta för att vår märkning på riktigt ska bli en vägledning till de mest hållbara dryckerna i vårt sortiment.

ATTITYDER KRING ALKOHOL

Årligen undersöker vårt dotterbolag, IQ-initiativet, svenskarnas attityder till alkohol i sitt Alkoholindex.¹ Den senaste mätningen som gäller för 2021 visar bland annat att våra attityder till vardagsdrickande blir mer tillåtande. Nytt för 2021 är även att Norge, Finland och Danmark omfattades av mätningen. Undersökningen visar att danskarna och finländarna har den mest tillåtande attityden till alkohol och berusning, och svenskarna är mest återhållsamma.

1. Alkoholindex 2021 – IQ.se

PANDEMINS EFFEKTER PÅ VÅRT DRICKANDE KVARSTÅR

I mars publicerade Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN) preliminära siffror för svenska folkets totala konsumtion av alkohol 2021.¹ Konsumtionen landade på 8,6 liter ren alkohol per invånare, vilket är en ökning med 2 procent jämfört med året innan. Jämfört med 2019, innan pandemin, har dock konsumtionen sjunkit med 4 procent.

UNGA SKAFFAR ALKOHOL VIA SOCIALA MEDIER

I Systembolagets samhällsuppdrag ingår att informera om alkoholens risker och skadeverkningar. I januari publicerade vi i samarbete med CAN, en rapport för att öka kunskapen om hur unga får tag på alkohol och vilken roll sociala medier spelar.² Rapporten visar att ungdomar som har köpt alkohol via sociala medier i högre grad är risk-

1. Lägre alkoholkonsumtion än innan pandemin trots uppgång (systembolaget.se)

2. Ungas alkoholanskaffning via sociala medier – CAN

konsumenter, jämfört med övriga ungdomar som dricker alkohol. Resultaten är allvarliga eftersom det finns ett samband mellan alkoholkonsumtion och berusningsdrickande tidigt i livet och alkoholproblem senare i livet.

Avslutningsvis kan jag konstatera att vi nu blickar vi framåt mot en intensiv period med olika högtider såsom, valborg och midsommar. För första gången på två år kommer förhoppningsvis dessa högtider att kunna firas så som vi är vana att göra, tillsammans med släkt och vänner och vi kommer kunna erbjuda våra kunder samma goda service som de har rätt att förvänta sig av oss, såväl i fysisk butik som online tack vare alla våra fantastiska medarbetare.

Ann Carlsson Meyer

VD Systembolaget

Systembolaget i korthet

Systembolaget AB är ett statligt ägt aktiebolag som innehar ensamrätt att bedriva detaljhandelsförsäljning av starköl, vin, spritdrycker, andra jästa alkoholdrycker och alkoholdrycksliknande preparat i Sverige. Systembolaget ska drivas kostnadseffektivt och agera föredömligt inom hållbart företagande. Systembolaget har 450 butiker och finns i Sveriges samtliga 290 kommuner. Utöver butikerna finns 474 ombud runt om i Sverige dit kunderna kan beställa varor för avhämtning. Systembolaget erbjuder även hemleverans till 96% av befolkningen.

Systembolagets ansvar

Systembolagets ensamrätt har ett socialpolitiskt syfte; att begränsa alkoholens skadeverkningar. Uppdraget kommer från ägaren staten och styrs huvudsakligen av Systembolagets avtal med staten, statens ägaranvisning, alkohollagen och EU-rättsliga regler. Här anges att Systembolaget både vid inköp och försäljning av alkoholdrycker ska tillämpa transparenta och objektiva regler på ett opartiskt och märkesneutralt sätt, att kunderna ska ges god service och att information ska lämnas till allmänheten om de risker som är förenade med konsumtion av alkohol. Systembolaget ska drivas affärsmässigt utan att vara vinstmaximerande. Systembolaget tar sitt serviceansvar genom att erbjuda kunnig personal, rådgivning, ett brett sortiment och goda beställningsmöjligheter.

Strategiska nyckeltal och indikatorer

Från Systembolagets ägare staten finns ett antal uppdragsmål och ekonomiska mål uppsatta. Uppdragsmålen måluppfyllelse mäts utifrån Nöjd Kund Index, Alkoholindex, totala alkoholkonsumtionen i Sverige och Systembolagets konsumtionsandel av denna. De ekonomiska målen utgörs av krav på soliditet, avkastning på eget kapital, kostnadseffektivitet och utdelning. Ägaren har aviserat att en process kommer att inledas för att göra en översyn och förtydliga de ekonomiska målen framåtriktat. Utöver målen från ägaren används ett antal nyckeltal som mäter det långsiktiga uppdraget samt den övergripande målbilden. Dessa i kombination med ägarmålen benämns som strategiska nyckeltal och indikatorer, se tabell nedan.

Systembolagets omvärld och kundernas förväntningar förändras hela tiden, vilket gör att Systembolaget kontinuerligt behöver se över sina prioriteringar. Denna översyn görs löpande i och med den strategiska uppföljningen och genom ett större omtag vart tredje år. Systembolagets strategiska plan sträcker sig under åren 2020–2023. Fokus

framåt kommer att vara dels på kundupplevelsen, genom nyskapande och personliga kundmöten som hanteras på ett hållbart och omtänksamt sätt, dels på Systembolagets medarbetare. Systembolaget vill skapa ett ökat engagemang och upplevelse av delaktighet hos medarbetarna samt en ökad gruppeffektivitet med ett stärkt personligt ledarskap.

I den strategiska planen finns också en ambitiös målbild och strategi för hållbarhet. Ambitionen är att hållbarhet ska genomsyra allt Systembolaget gör och extra fokus ligger på transporter, förpackningar, inköp till verksamheten samt att inspirera och hjälpa kunderna att göra hållbara val.

Systembolaget kommer självklart också att fortsätta det viktiga arbetet med att informera om alkoholens skadeverkningar. Det för att nå Systembolagets vision om ett samhälle där alkoholdrycker njuts med omsorg om hälsan, så att ingen tar skada.

Strategiska nyckeltal och indikatorer

Nyckeltal	jan-mar 2022	jan-mar 2021	helår 2021	målnivå 2022
Nöjd Kund Index (NKI) ¹	–	–	81	82
NKI Hållbarhet ¹	–	–	70	72
Ålderskontroll %	97	97	97	96
Opinionsindex (OPI) %	73	78	75	75
Koldioxidutsläpp från dryckesförpackningarna, ton	34 800	38 400	183 400	Nedåtgående trend
Koldioxidutsläpp från distributionen, ton ²	–	–	13 100	-5% (basår 15 000 ⁴)
Prestationskultur ²	–	–	83	83
Total sjukfrånvaro % ³	6,1	6,0	5,6	5,3
Utländsk bakgrund ²	–	–	14,1	13,2
Avkastning på eget kapital %	35	19	22	8–9
Soliditet %	29	29	22	20–30
Kostnadseffektivitet ²	–	–	2,3	2,3
Indikatorer				
Totalkonsumtion, liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre ²	–	–	8,6 ⁵	–
Systembolagets konsumtionsandel ²	–	–	75,0 ⁵	–
Alkoholindex ²	–	–	61,1	–
Sustainable Brand Index placering ²	12	–	9	–

1 Redovisas tre gånger per år med nästa rapportering i andra kvartalet 2022.

2 Redovisas årsvis.

3 Utfall avser rullande 12 månader med en månads eftersläpning.

4 Första mätningen genomfördes 2020 och fungerar som basårsvärde.

5 Enligt preliminär rapport. Definitiv rapport kommer i september 2022.

NÖJD KUND INDEX (NKI)

Mätningen av NKI sker tre gånger per år och ingen mätning har genomförts under första kvartalet. Resultatet publicerades senast i Systembolagets ansvarsredovisning 2021 och uppgick till 81 (82) avseende rullande 12 månader. Nästa mätning kommer att presenteras i delårsrapporten för andra kvartalet.

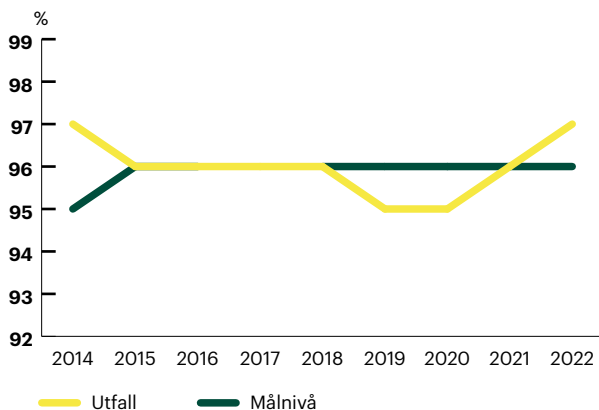
NÖJD KUND INDEX (NKI) – HÅLLBARHET

NKI Hållbarhet är en del av mätningen av NKI som sker tre gånger per år och ingen mätning har genomförts under första kvartalet. Resultatet publicerades senast i Systembolagets ansvarsredovisning 2021 och uppgick till 70 (71) avseende rullande 12 månader. För mer information se Systembolagets ansvarsredovisning 2021. Nästa mätning kommer att presenteras i delårsrapporten för andra kvartalet.

ÅLDERSKONTROLL

Under första kvartalet genomfördes 1 961 (1 851) ålderskontrollköp (20–24 år). Nyckeltalet innefattar kontrollköp i våra butiker, hos våra ombud och vid hemleveranser. Legitimation begärdes vid 97 (97) procent av dessa köptillfällen.

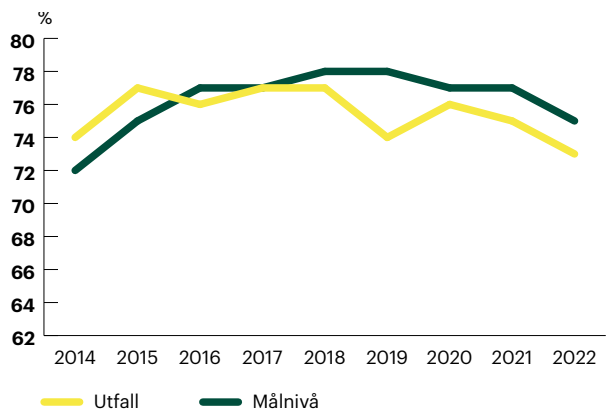
Ålderskontroll



OPINIONSINDEX (OPI)

OPI mäter hur stor andel av Sveriges befolkning som vill behålla Systembolagets ensamrätt till detaljhandelsförsäljning av sprit, vin och starköl. Vid första kvartalets mätning uppgick index till 73 (78) procent. Stödet för ensamrätten påverkas till stor del av hur befolkningen betraktar alkoholens baksidor. Något fler anser att det är upp till individen att ta ansvar för sin alkoholkonsumtion eller att fri företagsamhet upplevs som viktigare än den restriktiva alkoholpolitik som Systembolaget är en del av, detta påverkar stödet för Systembolagets ensamrätt. Resultatet visar på vikten av att fortsätta visa och påminna om den alkoholpolitiska samhällsnyttan med Systembolaget.

Opinionsindex



KOLDIOXIDUTSLÄPP FRÅN DRUCKESFÖRPACKNINGAR

Dryckesförpackningar står för den största delen av Systembolagets indirekta klimatpåverkan. Utfallet första kvartalet var 34 800 (38 400) ton koldioxidekvivalenter. Utsläppsminskningen förklaras till viss del av en minskning av Systembolagets totala försäljningsvolym. Utsläpp per liter fortsätter minska vilket visar på en positiv utveckling. Detta tyder på att det vi säljer och det kunden väljer är något klimatsmartare nu än för ett par år sedan.

Nästa mätning kommer att presenteras i delårsrapporten för andra kvartalet 2022. Målet är att utsläppen från dryckesförpackningar ska minska med 10 procent till 2023 jämfört med 2019. För att nå det målet kommer Systembolaget fortsätta verka för övergången från tunga glasflaskor till mer klimatsmarta förpackningar som till exempel pappförpackningar, PET, lättare glas och burk.

KOLDIOXIDUTSLÄPP FRÅN DISTRIBUTION

Det strategiska nyckeltalet för koldioxidutsläpp från distribution externrapporterades första gången 2020. Resultatet 2020 om 15 000 ton fungerar som basårsvärde, och redovisningen sker en gång om året. Nyckeltalet inkluderar två delar; varupåfyllnad till butik och depå respektive våra egna inköpta transporter. Varupåfyllnaden sköts av våra dryckesleverantörer via ett antal distributörer och deras lager. Våra egna inköpta dryckestransporter sker via våra varudepåer och distribuerar kundbeställningar till butik, ombud och hemleverans.

Resultatet 2021 uppgick till 13 100 ton koldioxidekvivalenter och visar att klimatpåverkan från våra dryckestransporter minskar. Nästa mätning görs för helåret 2022. Systembolagets mål är att alla transporter av dryck till och från Systembolagets butiker, depåer, ombud och hemleverans, det vill säga inklusive e-handels logistiken, skall vara fossilfria till 2030. Till 2023 ska koldioxidutsläppen från transporter ha minskat och transporterna som Systembolaget själv köper in ska vara fossilfria.

PRESTATIONSKULTUR

Nyckeltalet mäts och presenteras en gång per år. Resultatet publicerades senast i Systembolagets ansvarsredovisning 2021 och uppgick till 83 (83) procent.

TOTAL SJUKFRÅNVARO

Total sjukfrånvaro (rullande 12 månader) uppgick per den sista februari till 6,1 (6,0) procent, vilket var något högre än föregående år och berodde fortsatt på pandemin. Det var den korta sjukfrånvaron (<14 dagar) som ökade medan den långa minskade marginellt.

UTLÄNDSK BAKGRUND

Nyckeltalet mäts och presenteras en gång per år. Resultatet publicerades senast i Systembolagets ansvarsredovisning 2021 och uppgick till 14 (13) procent.

AVKASTNING PÅ EGET KAPITAL

Avkastning på eget kapital ska enligt ägaranvisningen över tid motsvara den genomsnittliga tioåriga statsobligationsräntan med ett tillägg av 7 procentenheter, vilket per den sista mars motsvarade 7 procent. Avkastningen på eget kapital uppgick per den sista mars rullande 12 månader till 35 (19) procent.

Utfallet på nyckeltalet påverkades av en ökning av resultatet för den rullande 12 månadersperioden hänförligt till pandemin.

SOLIDITET

Soliditeten ska enligt ägaranvisningen för helåret uppgå till mellan 20 och 30 procent. Per den sista mars uppgick soliditeten till 29 (29) procent.

KOSTNADSEFFEKTIVITET

Nyckeltalet är ett ägarmål som mäts en gång per år. Effektivitetsmålet syftar till att mäta omkostnaderna i förhållande till förändringar i såld kvantitet. Senaste resultatet publicerades i Systembolagets ansvarsredovisning 2021 och uppgick till 2,3 (2,3).

TOTALKONSUMTION OCH SYSTEMBOLAGETS KONSUMTIONSANDEL

CAN:s mätning av total alkoholkonsumtion och Systembolagets konsumtionsandel mäts en gång per år och redovisas med ett års eftersläpning. Den totala alkoholkonsumtionen i Sverige 2020 sjönk med ungefär 6 procent jämfört med 2019 och resandeinförseln och köp av smugglad alkohol minskade kraftigt. Systembolagets försäljningsandel ökade med ungefär tolv procentenheter jämfört med 2019. Preliminära siffror från CAN avseende 2021 visade på en ökning av den totala alkoholkonsumtionen med 2% samt en minskning av Systembolagets försäljningsandel med 1%. Den definitiva rapporten för 2021 beräknas publiceras i september 2022.

ALKOHOLINDEX

Alkoholindex mäts en gång per år och publicerades senast i Systembolagets Ansvarsredovisning 2021. Resultatet som uppgick till 61 (63) visade då en minskning mot föregående år vilket indikerar en något mer tillåtande attityd till alkohol.

SUSTAINABLE BRAND INDEX

Sustainable Brand Index är Europas största varumärkesstudie med fokus på hållbarhet. Mätningen görs årligen

och vilken placering Systembolaget får följs som en strategisk indikator. Inom det som Sustainable Brand Index kategoriserar som dagligvaruhandel innehar Systembolaget 2022 en tredje plats för tredje året i följd. För hela mätningen tappade Systembolaget några placeringar jämfört med 2021 och hamnar på plats nummer 12 (9). Lanseringen av Systembolagets nya märkning Hållbart val kan framåt bidra både till att fler kunder väljer hållbara produkter och öka kännedomen om hur Systembolaget bidrar till en hållbar utveckling.

Ekonomisk utveckling

MSEK	jan-mar 2022	jan-mar 2021	helår 2021
Nettoomsättning	7 756	8 350	38 120
Rörelseresultat	-41	-18	428
Finansnetto	-34	12	36
Resultat efter finansiella poster	-75	-6	464
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-1 949	-481	1 520
Årsarbetare	3 223	3 505	4 035

NETTOOMSÄTTNING OCH FÖRSÄLJNINGSVOLYM

För Systembolagets försäljning gäller generellt att den är högre mot veckosluten samt under slutet av varje månad. De största försäljningstopparna uppstår inför påsk, midsommar, jul och nyår. Därutöver är försäljningen som högst under sommarmånaderna juni till och med augusti.

Nettoomsättning

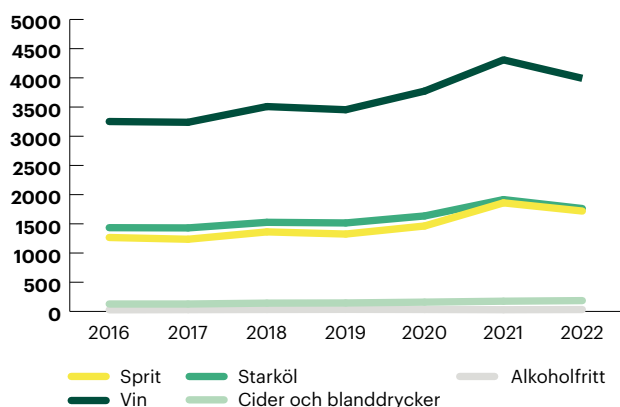
MSEK	jan-mar 2022	jan-mar 2021	helår 2021
Sprit	1 719	1 859	8 299
Vin	3 992	4 308	19 133
Starköl	1 762	1 915	9 079
Cider och blanddrycker	185	175	1 120
Alkoholritt	32	29	195
Summa försäljning drycker	7 689	8 285	37 826
Övriga varor och tjänster	67	65	294
Summa intäkter	7 756	8 350	38 120

Januari – mars 2022

Intäkterna under första kvartalet minskade med 7 procent jämfört med föregående år till 7 756 (8 350) miljoner kronor. Det var de tre stora varugrupperna sprit, vin och starköl som minskade.

Under samma period minskade försäljningsvolymen med 7 procent till 115,7 (124,9) miljoner liter.

Nettoomsättning MSEK januari–mars



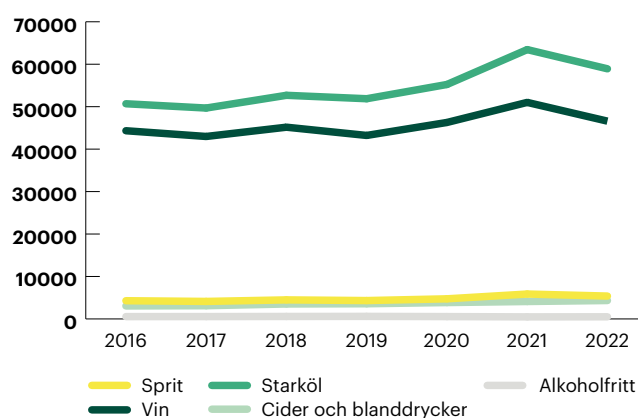
Försäljningsvolym drycker

1 000-tals liter	jan-mar 2022	jan-mar 2021	helår 2021
Sprit	5 386	5 864	26 047
Vin	46 593	51 006	222 256
Starköl	58 922	63 443	299 535
Cider och blanddrycker	4 334	4 103	25 950
Alkoholfritt	503	485	3 240
Summa försäljning drycker	115 738	124 901	577 028

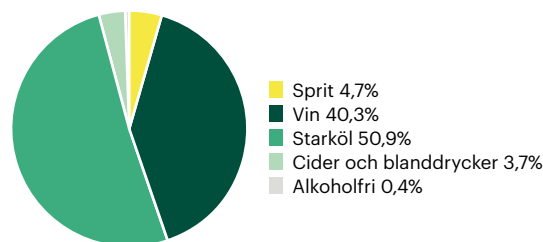
Alla kvartalets tre månader visade på lägre försäljningsvolym än föregående år, vilket huvudsakligen förklarades av att påskförsäljningen föregående år inföll under mars samt borttagandet av restriktioner under perioden. Den minskade försäljningen har även omräknad till liter ren alkohol per capita minskat jämfört med föregående år.

De tre stora varugrupperna sprit, vin och starköl, minskade jämfört med föregående år. Vin minskade med 9 procent (-4,4 miljoner liter). Sprit minskade med 8 procent (-0,5 miljoner liter) och starköl minskade med 7 procent (-4,5 miljoner liter). Cider och blanddrycker stod för en ökning med 6 procent (0,2 miljoner liter) och alkoholfritt ökade med 4 procent (0,0 miljoner liter).

Försäljningsvolym 1000-tals liter januari–mars

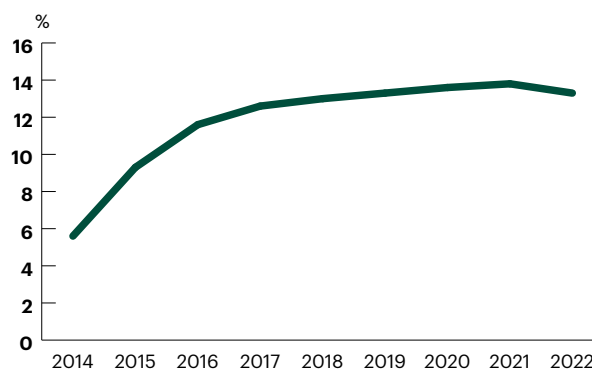


Försäljningsvolym i procent fördelat per varugrupp januari–mars



Försäljningen av ekologiska produkter uppgick under perioden till 15,4 (16,7) miljoner liter vilket motsvarade en minskning på knappt 8 procent jämfört med föregående år. Ekologiska produkter utgjorde 13,3 (13,4) procent av den totala försäljningsvolymen och inom det ekologiska sortimentet har samtliga varugrupper minskat i volym under perioden. Majoriteten av den ekologiska försäljningsvolymen kommer fortsatt från vin (motsvarande 75 procent) och öl, cider och blanddrycker (motsvarande 23 procent). Systembolaget ser en fortsatt stabil utveckling av det ekologiska sortimentet.

Andel ekologisk försäljning, volym januari–mars



Antalet kundbesök i butik uppgick under perioden till 27,9 (28,6) miljoner vilket är 3 procent färre kundbesök än föregående år. Antalet digitala besök, det vill säga besök på webb och app, minskade med 20 procent och uppgick till 10,9 (13,2) miljoner under perioden.

RÖRELSERESULTAT

Januari–mars 2022

Kvartalets rörelseresultat uppgick till -41 (-18) MSEK. Rörelsemarginalen, exklusive alkoholskatt, uppgick till -0,9 (-0,4) procent. Minskningen av rörelseresultatet berodde på ett lägre bruttoresultat, som påverkades av att den försäljningsökning som påsken bidrog med till stor del 2022 inföll under april till skillnad mot 2021 då den inföll i mars. Vidare förklaras det av en minskad försäljningsvolym som berodde på borttagna restriktioner och upphävning av begränsningar kring till exempel restaurangbesök.

Kvartalets rörelseresultat påverkades av lägre försäljningskostnader, vilka uppgick till 839 (869) MSEK. Det förklaras framför allt av minskade personalkostnader till följd av minskad försäljningsvolym samt borttagna restriktioner i samhället. Vidare förklaras de lägre försäljningskostnaderna av en minskning av volymdrivna kostnader kopplade till e-handeln så som frakter och emballage.

Administrationskostnaderna är marginellt högre jämfört med samma period 2021 och uppgick till 184 (177) MSEK. Förändringen bestod till viss del av ökande kommunikationskostnader kopplade till kampanjen Barndom utan Baksmälla.

FINANSNETTO

Januari–mars 2022

Finansnettot uppgick till -34 (12) MSEK varav 7 (7) MSEK avser ränteintäkter från finansiella placeringar och -41 (5) MSEK avser värdeförändringar av finansiella placeringar. Orsaken till det negativa finansnettot är framför allt orealiserade värdeförändringar i Systembolagets placeringsportfölj. Marknadsvärdet på Systembolagets placeringar har under det första kvartalet utvecklats negativt, vilket främst är en följd av en orolig marknad på grund av Rysslands invasion av Ukraina. Systembolaget har en portfölj som utgörs av en blandning av räntebärande värdepapper med låg risk.

RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER

Januari–mars 2022

Kvartalets resultat efter finansiella poster uppgick till -75 (-6) MSEK.

KASSAFLÖDE

Januari–mars 2022

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -1 949 (-481) MSEK. Den stora skillnaden mellan perioderna förklaras framförallt av en timingskillnad i betalningstidpunkt avseende leverantörsskulder, där stora betalningar hänförliga till december 2021 gjordes i början på januari 2022. Vidare påverkar även det första kvartalets minskade försäljning kassaflödet negativt. En del av den minskade försäljningen förklaras av att påskförsäljningen inföll under mars föregående år och i april i år.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till 297 (-71) MSEK, varav -30 (-22) MSEK främst avser ny- och ombyggnation av butiker, och 327 (-49) MSEK avsåg nettoförändring av finansiella placeringar. Avyttring av värdepapper har skett för att kortsiktigt stärka likviditeten.

ÅRSARBETARE

Januari–mars 2022

Årsarbetare uppgick till 3 223 (3 505) under kvartalet. Jämfört med första kvartalet föregående år har antalet årsarbetare minskat med 282 personer. Minskningen av årsarbetare beror främst på en minskad försäljningsvolym samt en hög sjukfrånvaro i början av perioden som inte täckts upp fullt ut.

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Systembolaget arbetar systematiskt med att identifiera och hantera de risker som är förenade med verksamheten. Riskhanteringsprocessen är integrerad i enheternas strategi- och planeringsarbete. Riskerna konsolideras och hanteringen av dessa rapporteras och följs upp av företagsledningen samt styrelsen. De högst värderade riskerna är främst av strategisk och operativ karaktär, lagstiftningsfrågor som kan ge påverkan på monopolställningen, hållbarhet samt förändrade kundbeteenden som kräver digitala anpassningar.

De finansiella riskerna som ränte-, kredit- och likviditetsrisker är begränsade. Systembolaget är självfinansierat bland annat tack vare en hög lageromsättningshastighet som matchar inköps- och betalningsvillkoren.

Systembolaget saknar räntebärande skulder. Majoriteten av all försäljning sker i form av kontant- eller kortbetalning och därmed har Systembolaget inga väsentliga kundfordringar. Dryckesleverantörerna ansvarar för importen av alkoholhaltiga drycker samt för redovisning av alkoholskatt. Systembolagets inköp sker i huvudsak i svenska kronor och företaget är därmed i liten utsträckning exponerat mot kurs- och valutarisker. Ytterligare information om hanteringen av finansiella risker framgår av not 12 Finansiella instrument i Systembolagets Ansvarsredovisning 2021.

Sammanfattning av dotterbolagen

IQ verkar för ett smartare förhållningssätt till alkohol. Detta görs genom att med kunskap och kommunikation skapa medvetenhet, eftertanke och engagemang kring eget och andras drickande, och därmed bidra till att minska alkoholens skadeverkningar i samhället. IQ:s vision är ett samhälle där alkoholdrycker njuts med omsorg om hälsan så att ingen tar skada.

Periodens resultat före skatt uppgick till 4,4 (5,1) MSEK.

AB K14 Näckströmsgatan förvaltar Systembolagets rörelsefastighet. Periodens resultat före skatt uppgick till 6,0 (5,7) MSEK. Resultatet var främst hänförligt till koncerninterna hyresintäkter.

Väsentliga händelser efter balansdagen

Årsstämma avseende räkenskapsåret 2021 hölls den 28 april 2022. Protokollet från årsstämman kommer inom två veckor efter årsstämman finnas tillgängligt på omsystembolaget.se.

Delårsrapporten har inte varit föremål för granskning av bolagets revisor.

Stockholm den 29 april 2022

Systembolaget AB

Ann Carlsson Meyer

Verkställande direktör

Resultaträkning i sammandrag, Systembolaget AB

MSEK	Not	jan-mar 2022	jan-mar 2021	helår 2021
Nettoomsättning		7 756	8 350	38 120
Kostnad för sålda varor		-6 775	-7 322	-33 368
Bruttoresultat		981	1 028	4 752
Försäljningskostnader	2, 3	-839	-869	-3 566
Administrationskostnader	2, 3	-184	-177	-766
Övriga rörelseintäkter		1	1	9
Övriga rörelsekostnader		-	-1	-1
Rörelseresultat		-41	-18	428
Finansnetto		-34	12	36
Resultat efter finansiella poster		-75	-6	464
Periodiseringsfond		-	-	-
Resultat före skatt		-75	-6	464
Skatt		16	1	-88
Periodens resultat		-59	-5	376

Balansräkning i sammandrag, Systembolaget AB

MSEK	Not	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31
Anläggningstillgångar				
Materiella tillgångar		393	421	397
Finansiella tillgångar		2 455	2 792	2 753
Summa anläggningstillgångar		2 848	3 213	3 150
Omsättningstillgångar				
Varulager		1 456	1 424	1 406
Fordringar		214	203	224
Kortfristiga placeringar		297	53	345
Kassa och bank		925	1 377	2 577
Summa omsättningstillgångar		2 892	3 057	4 552
Summa tillgångar	4	5 740	6 270	7 702
Eget kapital				
Bundet eget kapital		432	432	432
Fritt eget kapital		1 208	1 357	1 267
Summa eget kapital		1 640	1 789	1 699
Obeskattade reserver				
Periodiseringsfond		0	0	0
Summa obeskattade reserver		0	0	0
Avsättningar				
Långfristiga avsättningar		133	118	129
Summa avsättningar		133	118	129
Skulder				
Långfristiga skulder		150	127	125
Kortfristiga skulder		3 817	4 236	5 749
Summa skulder	4	3 967	4 363	5 874
Summa eget kapital och skulder		5 740	6 270	7 702

Förändring i eget kapital, Systembolaget AB

MSEK	Bundet eget kapital		Fritt eget kapital		Totalt eget kapital
	Aktiekapital	Reservfond	Balanserat resultat	Periodens resultat	
Ingående eget kapital 2021-01-01	360	72	891	471	1 794
Överföring till fria reserver			471	-471	0
Periodens resultat				376	376
Utdelning till ägaren			-471		-471
Utgående eget kapital 2021-12-31	360	72	891	376	1 699
Ingående eget kapital 2022-01-01	360	72	891	376	1 699
Överföring till fria reserver			376	-376	0
Periodens resultat				-59	-59
Utdelning till ägaren					0
Utgående eget kapital 2022-03-31	360	72	1 267	-59	1 640

Kassaflödesanalys i sammandrag, Systembolaget AB

MSEK	jan-mar 2022	jan-mar 2021	helår 2021
Den löpande verksamheten			
Resultat före skatt	-75	-6	464
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	80	34	178
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Förändring av varulager	-51	-18	1
Förändring av fordringar	10	37	17
Förändring av skulder	-1 818	-528	935
Förändring av fordringar/skulder koncernbolag	1	24	21
Kassaflöde från den löpande verksamheten efter förändring av rörelsekapitalet	-1 853	-457	1 616
Betald skatt	-96	-24	-96
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-1 949	-481	1 520
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-30	-22	-104
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	-	0	-
Utdelning från dotterbolag	-	-	17
Förvärv/försäljning av finansiella tillgångar	327	-49	-314
Kassaflöde från investeringsverksamheten	297	-71	-401
Finansieringsverksamheten			
Utdelning till ägaren	-	-	-471
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	0	0	-471
Periodens kassaflöde	-1 652	-552	648
Likvida medel vid periodens början	2 577	1 929	1 929
Likvida medel vid periodens slut	925	1 377	2 577

Kvartalsöversikt, Systembolaget AB

MSEK	jan-mar 2022	jan-mar 2021
Nettoomsättning	7 756	8 350
Bruttoresultat	981	1 028
Försäljningskostnader	-839	-869
Administrationskostnader	-184	-177
Rörelseresultat	-41	-18
Kvartalets resultat	-59	-5
Soliditet %	29	29

Noter

NOT 1 REDOVISNINGSPRINCIPER

Delårsrapporten för Systembolaget AB är upprättad i enlighet med IAS 34, Delårsrapportering och följer därutöver även årsredovisningslagen, Rådet för finansiell rapporterings RFR 2, Redovisning för juridiska personer samt statens Riktlinjer för extern rapportering i bolag med statligt ägande. Från och med 1 januari 2012 upprättar Systembolaget, med stöd av ÅRL 7 kap 3a§, inte någon koncernredovisning.

Upplysningar enligt IAS 34 Delårsrapportering lämnas såväl i noter som på annan plats i delårsrapporten.

Systembolaget använder sig av samma redovisningsprinciper såsom de har beskrivits i Systembolagets ansvarsredovisning 2021 under rubriken Finansiell rapportering, Not 1 – Redovisningsprinciper. Nya och ändrade standarder och tolkningar från IASB respektive IFRIC har inte haft någon väsentlig påverkan på finansiella rapporter.

NOT 2 PERSONALKOSTNADER

Ackumulerat under första kvartalet uppgick de totala personalkostnaderna till 579 (618) MSEK. Lönekostnaderna har minskat jämfört med 2021, främst som en följd av ökad sjukfrånvaro, minskad försäljningsvolym samt borttagna restriktioner.

NOT 3 AVSKRIVNINGAR

MSEK	jan-mar 2022	jan-mar 2021	helår 2021
Byggnader och mark	0	0	2
Materiella anläggningstillgångar	34	35	138
Immateriella tillgångar	-	-	-
Summa avskrivningar	34	35	140

NOT 4 FINANSIELLA INSTRUMENT

Systembolagets finansiella instrument består av räntebärande värdepapper, kundfordringar, likvida medel och leverantörsskulder. Kundfordringar, likvida medel, leverantörsskulder samt övriga kortfristiga fordringar och skulder värderas till upplupet anskaffningsvärde. Räntebärande värdepapper värderas till verkligt värde via resultaträkningen enligt affärsmodellen baserat på indata motsvarande nivå 1 enligt IFRS 7. Övriga finansiella tillgångar och skulder har korta löptider. Härav bedöms de verkliga värdena på samtliga finansiella instrument approximativt motsvara bokförda värden.

Företaget har inte kvittat några finansiella tillgångar och skulder och har inga avtal som möjliggör kvittning. För ytterligare information om finansiella instrument hänvisas till not 12 i Ansvarsredovisning 2021.

Definition av alternativa nyckeltal

Alternativa nyckeltal är finansiella mått som inte är definierade i IFRS. Systembolaget anser att dessa mått ger värdefull kompletterande information till ägare, styrelse och företagsledning då de möjliggör utvärdering av resultat och finansiell utveckling. Tre alternativa nyckeltal ingår som mål i ägaranvisningen för Systembolaget.

De alternativa nyckeltalen är inte alltid jämförbara med mått som används av andra företag eftersom beräkning kan ske på olika sätt. Dessa finansiella mått ska därför ses som ett komplement för mått som definieras enligt IFRS. För avstämning av de alternativa nyckeltal som inte direkt går att härleda ur de finansiella rapporterna, se beräkning nedan.

Nyckeltal	Beskrivning	Användningsområde
Avkastning på eget kapital	Periodens resultat (rullande 12 månader) i procent av genomsnittligt eget kapital.	Nyckeltalet ingår som mål i ägaranvisningen för Systembolaget.
Kostnadseffektivitet	Kostnadseffektivitet beräknas utifrån förhållandet mellan totala omkostnader (justerat för engångsposter) i förhållande till såld kvantitet (antalet sålda förpackningar viktade utifrån respektive varugrups beräknade tidsåtgång för hantering).	Nyckeltalet ingår som mål i ägaranvisningen för Systembolaget och redovisas årligen.
Rörelsemarginal	Rörelsemarginal exklusive alkoholskatt beräknas utifrån rörelseresultatet i procent av nettoomsättning exklusive alkoholskatt.	Nyckeltalet visar hur stor del av intäkterna som täcker kostnader i rörelsen för att säkra ett långsiktigt och hållbart företagande.
Rörelseresultat	Rörelseresultat beräknas utifrån bruttoresultat, med tillägg för övriga rörelseintäkter samt med avdrag för rörelsens kostnader.	Nyckeltalet visar resultat före finansnetto och skatter och Systembolaget följer utvecklingen över tid för att säkra ett långsiktigt och hållbart företagande.
Soliditet	Eget kapital i procent av balansomslutningen.	Nyckeltalet ingår som mål i ägaranvisningen för Systembolaget.

Avkastning på eget kapital

	jan-mar 2022	jan-mar 2021	helår 2021
MSEK			
Periodens resultat, rullande 12 månader, MSEK	604	292	376
Genomsnittligt eget kapital ¹	1 715	1 512	1 747
Avkastning på eget kapital	35,2%	19,3%	21,5%

Kostnadseffektivitet

	jan-mar 2022	jan-mar 2021	helår 2021
MSEK			
Totala omkostnader MSEK, justerat för engångsposter	-	-	4 414
Såld kvantitet miljoner, viktat utifrån hanteringstid	-	-	1 898
Kostnadseffektivitet	-	-	2,3

Rörelsemarginal

	jan-mar 2022	jan-mar 2021	helår 2021
MSEK			
Nettoomsättning inkl alkoholskatt	7 756	8 350	38 120
Nettoomsättning exkl alkoholskatt	4 782	5 113	23 672
Alkoholskatt	2 974	3 237	14 448
Rörelseresultat	-41	-18	428
Rörelsemarginal exklusive alkoholskatt	-0,9%	-0,4%	1,8%
Rörelsemarginal inklusive alkoholskatt	-0,5%	-0,2%	1,1%

Soliditet

	jan-mar 2022	jan-mar 2021	helår 2021
MSEK			
Balansomslutning	5 740	6 270	7 702
Justerat eget kapital ¹	1 640	1 789	1 699
Soliditet	29%	29%	22%

1. Genomsnittligt eget kapital

	jan-mar 2022	jan-mar 2021	helår 2021
MSEK			
Eget kapital	1 640	1 789	1 699
Eget kapital samma period föregående år	1 789	1 437	1 794
Genomsnittligt eget kapital	1 715	1 613	1 747

Övriga definitioner

ALKOHOLINDEX

Alkoholindex är ett samlat mått på människors attityd till alkohol i olika situationer. Ju högre index med en skala 0–100, desto mer återhållsam är attityden till alkohol. Alkoholindex skapas från svaren på sju frågor om vad människor tycker är rätt och fel när det gäller alkohol. I undersökningen ställs även ytterligare frågor. Bland annat fem frågor om "vardagsdrickande" som utgör underlag för Vardagsindex. Frågorna ställs en gång per år till minst 2 000 personer, 16 år och äldre. Datainsamling genomförs av Novus.

ALKOHOLSKATT

Alkoholskatt är en statlig punktskatt. Ändrad alkoholskatt påverkar Systembolagets intäkter parallellt med kostnad för såld vara varför ändrad alkoholskatt inte får någon effekt på bruttoresultatet.

KOLDIOXIDUTSLÄPP FRÅN DISTRIBUTION

Det strategiska nyckeltalet för koldioxidutsläpp från distribution rapporterades första gången 2020. Systembolagets mål är att alla transporter av dryck till och från Systembolagets butiker, depåer, ombud och hemleverans, dvs inklusive e-handelslogistiken, skall vara fossilfria till 2030. Till 2023 ska koldioxidutsläppen från transporter ha minskat och transportererna som Systembolaget själv köper in vara fossilfria.

KOLDIOXIDUTSLÄPP FRÅN DRYCKESFÖRPACKNINGAR

Från och med 2022 rapporterar Systembolaget koldioxidutsläpp från dryckesförpackningar kvartalsvis. Målet är att utsläppen från dryckesförpackningar ska minska med 10 procent till 2023 jämfört med 2019. En basmätning för året 2019 gav utfallet 169 219 ton koldioxidekvivalenter. Under 2021 förfinades beräkningsmetoden med mer detaljerade och uppdaterade schablonvärden för vissa av de tillämpade viktparametrarna. För korrekt jämförbarhet framåt har därmed basmätningen justerats till utfallet 167 800 ton koldioxidekvivalenter. Även utfallet för 2020 har justerats i enlighet med samma beräkningsmetod.

NETTOOMSÄTTNING

Intäkter/nettoomsättning omfattar intäkter från sålda varor och utförda tjänster som ingår i Systembolagets huvudverksamhet.

NÖJD KUND INDEX (NKI)

NKI mäter hur nöjd kunden är med Systembolaget. Totalindex är ett medelvärde av de tre frågorna.

Tänk på alla aspekter av Systembolaget:

- Hur nöjd eller missnöjd är du med Systembolaget totalt sett?
- Hur väl motsvarar Systembolaget dina förväntningar?
- Föreställ dig ett företag som säljer alkoholhaltiga drycker och som är perfekt i alla avseenden. Hur pass nära eller långt ifrån tycker du att Systembolaget ligger?

Kundernas svar, som anges på en skala från 1 till 10, omräknas till ett tal mellan 0 och 100. Systembolaget anlitar CFI Group för genomförande av undersökningen. NKI mäts och redovisas tre gånger årligen.

NÖJD KUND INDEX (NKI) – HÅLLBARHET

NKI – Hållbarhet mäter kundernas uppfattning om Systembolagets hållbarhetsarbete inom miljö och socialt ansvarstagande. Index är ett medelvärde av bedömning av de två påståendena.

Vilken är din uppfattning om hur följande påståenden överensstämmer med din syn på Systembolaget:

- Systembolaget tar ansvar när det gäller arbetet med att skydda miljön och minska klimatpåverkan.
- Systembolaget tar ansvar när det gäller arbetet med att förbättra arbetsvillkor och främja mänskliga rättigheter i leverantörskedjan.

OPINIONSINDEX (OPI)

Opinionsindex mäter hur stor andel av Sveriges befolkning som vill behålla Systembolaget och monolet för försäljning av starköl, vin och sprit. Intervjupersonerna får ta ställning till frågan:

- Tycker du att man ska behålla Systembolaget och monolet på försäljningen av starköl, vin och sprit eller vill du att starköl, vin och sprit ska säljas i andra butiker?

Systembolaget anlitar Kantar Sifo för genomförande av undersökningen. Totalt intervjuas årligen 9 000 slumpmässigt utvalda personer i åldern 15 år och uppåt. Opinionsindex redovisas kvartalsvis.

PRESTATIONSKULTUR

Mäter i vilken utsträckning medarbetarna upplever att de i sitt arbete har förutsättningar att prestera (vill, vet, kan, får och bör) och individens upplevelse av att få sina basbehov tillgodosedda. Mäts en gång per år via en gemensam medarbetarundersökning.

SUSTAINABLE BRAND INDEX

Sustainable Brand Index är Europas största varumärkestudie med fokus på hållbarhet. I 2022 års studie för Sverige har ett riksrepresentativt urval av 24 300 svenska konsumenter intervjuats under perioden december 2021 – februari 2022. Mätningen görs årligen och vilken placering Systembolaget får följs som en strategisk indikator, som ett mått på uppfyllelse av Systembolagets mål att bli ett välkänt föredöme inom hållbarhet och bidra till en bättre framtid.

SYSTEMBOLAGETS ANDEL AV TOTALKONSUMTION

Systembolaget har ett uppdragsmål att redovisa utfall av hur stor andel av den totala konsumtionen som Systembolaget har (Systembolagets konsumtionsandel). Undersökningen som ligger till grund för detta är Monitormätningarna som genomförs av CAN (Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning). Resultatet av mätningarna ska redovisas minst en gång per år. Detta uppdragsmål är inte målsatt.

TOTALKONSUMTION

Systembolaget har ett uppdragsmål att redovisa utfall avseende den totala alkoholkonsumtionen i Sverige. Undersökningen som ligger till grund för detta är Monitormätningarna som genomförs av CAN (Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning). CAN genomför löpande under ett år drygt 18 000 intervjuer. Resultatet av mätningarna ska redovisas minst en gång per år. Detta uppdragsmål är inte målsatt.

TOTAL SJUKFRÅNVARO

Den totala sjukfrånvaron mäts utifrån Ekonomistyrningsverkets definition och mäter sjukfrånvarotimmar i relation till alla tillgängliga timmar under samma period. Talet mäts per rullande 12-månadersperiod.

UTLÄNDSK BAKGRUND

Andel tillsvidareanställda medarbetare med utländsk bakgrund där utländsk bakgrund definieras som person född utomlands eller med båda föräldrar födda utomlands. Mäts och redovisas en gång per år.

ÅLDERSKONTROLL

Ålderskontrollen mäter andelen tillfällen då legitimation har begärts i procent av antal kontrollköp. Kontrollköpen genomförs av personer i åldersgruppen 20–24 år. Systembolaget anlitar Better Business för genomförande av köpen. Totalt genomförs under ett år mer än 7 000 kontrollköp. Från och med 2020 mäts vi sammanlagt resultat för butik, ombud och hemleverans. Ålderskontrollen i butik mäts och redovisas varje månad.

ÅRSARBETARE

Årsarbetare motsvarar arbetad tid inklusive semester dividerat med antalet timmar för en heltidstjänst för den relevanta perioden.



Ann Carlsson Meyer
Verkställande direktör
Telefon 08-503 310 25



Frida Roswall
Tillförordnad
Ekonomidirektör
Telefon 08-503 303 75

Kommande rapporttillfällen

28 april 2022	Årsstämma 2021
29 april 2022	Delårsrapport Q1 2022
18 juli 2022	Delårsrapport Q2 2022
28 oktober 2022	Delårsrapport Q3 2022
10 februari 2023	Bokslutskommuniké 2022

Systembolaget AB

Organisationsnummer: 556059-9473
Postadress: 103 84 Stockholm
Besöksadress: Kungsträdgårdsgatan 14
Telefon: 08-503 300 00
Hemsidaadresser: systembolaget.se och omsystembolaget.se