

Bokslutskommuniké

2020

SYFTE	VÅRT SAMHÄLLSUPPDRAG	VÅR VISION
Att bidra till förbättrad folkhälsa genom att begränsa alkoholens skadeverkningar.	Att med ensamrätt, och med ansvar och god service, sälja alkoholhaltiga drycker och liknande preparat samt att informera om alkoholens skadeverkningar.	Ett samhälle där alkoholdrycker njuts med omsorg om hälsan så att ingen tar skada.

Sammanfattning av fjärde kvartalet 2020

- Opinionsmätningar¹ visade att 75 (72)² procent av medborgarna vill behålla Systembolagets ensamrätt.
- Nöjd Kund Index³ uppgick till 82 (85). Mätmetod har bytts under året, vilket inte är beaktat i jämförelsesiffran.
- Ålderskontrollen uppgick till 96 (94) procent.
- Systembolagets försäljningsvolym uppgick till 142,9 (131,0) miljoner liter. Ökningen beror främst på att andra inköpskanaler kraftigt begränsats i och med covid-19.
- Nettoomsättningen ökade till 10 036 (8 859) MSEK.
- Rörelseresultatet uppgick till 144 (37) MSEK.

1. För definitioner av nyckeltal se sidan 14-16.

2. Siffror inom parentes avser motsvarande period föregående år om inget annat framgår.

3. Nyckeltalet har bytt mätmetod under året, se sidan 5 och 15

Sammanfattning av januari – december 2020

- Opinionsmätningar visade att 76 (74) procent av medborgarna vill behålla Systembolagets ensamrätt.
- Nöjd Kund Index uppgick till 82 (85)³. Mätmetod har bytts under året, vilket inte är beaktat i jämförelsesiffran.
- Ålderskontrollen uppgick till 95 (95) procent.
- Alkoholindex uppgick till 63 (62).
- Systembolagets försäljningsvolym uppgick till 569,1 (511,9) miljoner liter. Ökningen beror främst på att andra inköpskanaler kraftigt begränsats i och med covid-19.
- Nettoomsättningen ökade till 36 737 (32 211) MSEK.
- Rörelseresultatet uppgick till 542 (229) MSEK.

Finansiell information

MSEK	okt-dec 2020	okt-dec 2019	helår 2020	helår 2019
Nettoomsättning	10 036	8 859	36 737	32 211
Rörelseresultat	144	37	542	229
Periodens resultat	140	30	471	240
Eget kapital	1 794	1 563	1 794	1 563
Avkastning på eget kapital %	-	-	28	15
Balansomslutning	6 815	6 107	6 815	6 107
Soliditet %	26	26	26	26
Kassaflöde från den löpande verksamheten	1 304	1 553	674	480
Årsarbetare	3 851	3 631	3 884	3 613

Vd har ordet

För Systembolaget har årets sista kvartal präglats av fortsatta insatser för att minska smittspridningen av covid-19, att leverera ett bra och säkert kundmöte samt att göra vårt erbjudande ännu bättre. Det arbetet pågår parallellt med att ständigt vara lyhörda kring regeringens och myndigheternas nya rekommendationer och restriktioner för att anpassa vår verksamhet efter de krav som ställs.

Under december månad brukar vår försäljning öka och kunderna blir fler än vanligt. I år har det varit extra viktigt för oss att hjälpa till med minskad smittspridning och på ett proaktivt sätt uppmana våra kunder att planera sina inköp, att handla ensam och se över vilken tid man tänkt besöka oss. Vi kan konstatera att kommunikationen föll väl ut – våra kunder förändrade till stor del sina köpmönster jämfört med tidigare år genom att bland annat besöka butikerna vid andra tidpunkter än tidigare.

FÖRSÄLJNING OCH ALKOHOLKONSUMTION

Systembolagets försäljning har ökat under 2020 och ackumulerat för året uppgick intäkterna till 36 737 (32 211) miljoner kronor, vilket motsvarar en ökning med 14 procent. Försäljningsvolymen ökade under samma period med 11 procent framförallt som en följd av covid-19. Tidigare under året har vi sett tydliga effekter på vår försäljningsvolym av ett minskat resande, begränsad resandeförsele och mindre frekventa restaurangbesök. Dessa effekter kvarstår och under årets senaste månader tillkom även ytterligare restriktioner från regeringen som innefattade alkoholserveringsförbud, vilket också bidragit till en ökad försäljningsvolym. Den högre försäljningsvolymen antas därför till stor del bero på att det är Systembolagets andel av den totala konsumtionen som ökat.

Alkohol är också en känd riskfaktor vid samhällskriser. Vi har därför noggrant följt alkoholkonsumtionens utveckling under hela pandemin. Den senaste mätningen av befolkningens konsumtion av alkohol, som marknadsundersökningsföretaget Norstat genomfört på uppdrag av oss, visar att de allra flesta inte ändrat sina konsumtionsvanor under pandemin. Det är fler som uppger att de minskat snarare än ökat sin konsumtion jämfört med föregående år. Samtidigt är det viktigt att nogsamt följa den grupp som uppger att de dricker mer nu jämfört med tidigare.

Rörelseresultatet för året uppgick till 542 (229) miljoner kronor. Ett ökat bruttoreultat motverkades delvis av ökade personalkostnader kopplade till en ökad volym både för butik och depå. Förändrade köpmönster under pandemin har exempelvis medfört en kraftig ökning av antalet kundbeställningar, många med hemleverans, vilket har påverkat fraktkostnaderna samt andra volymdrivna kostnader under året. Vi har även genomfört effektiviseringar i butik med exempelvis kontantfria kassor.



TIO MILJONER KRONOR TILL FORSKNINGEN

Systembolaget har ett viktigt informationsuppdrag – att informera om alkoholens skadeverkningar. För att kunna vara relevanta och uppdaterade krävs ständigt ny kunskap. Därför bidrar vi årligen med tio miljoner kronor till alkoholforskningen. Medlen fördelas genom Systembolagets oberoende alkoholforskningsråd. I december beslutades om att tilldela medel till 28 olika projekt.

I samband med Systembolagets forskningsdag i november delades Systembolagets kunskapspris och juniora stipendium ut. Kunskapspriset, som uppmärksammar en eller flera forskare som gjort ett tydligt avtryck inom alkoholforskningen i Sverige, tilldelades docent Mats Ramstedt vid Karolinska Institutet för hans forskningsinsatser som bidragit till arbetet med att minska alkoholskador. Det är vidare viktigt att stimulera fler att forska på alkoholområdet. Ett sätt vi gör det på är genom ett juniorstipendium som i år tilldelades Sabina Kapetanovic vid Högskolan Väst för att möjliggöra fortsatt forskning rörande riskbeteenden relaterade till ungdomars alkoholvanor och hälsa.

EN OMTÄNKSAM OCH KUNDFOKUSERAD HANDEL

Under årets sista kvartal lanserades två större satsningar för att ytterligare förbättra vårt erbjudande till kunderna. I oktober introducerade vi vår nya onlinebutik där fokus ligger på att erbjuda e-handel på vårt sätt – med omtanke om kunden och med syfte att kunden ska hitta det den söker, utan att köpa mer än vad den tänkt. Bland annat finns en digital ångravn där kunderna kan lämna tillbaka produkter de inte längre vill köpa.

I Göteborg öppnade också en specialiserad butik med inriktning på öl, Ölstudion. Det är ett sätt för oss att möta en ökad kundefterfrågan inom dryckesområdet. Butiken är riktad till alla med ett intresse för öl – oavsett om personen i fråga är novis eller expert. Butiken testas nu och vi ser fram emot att ta del av responsen från kunderna.

I både onlinebutiken och Ölstudion finns ett tydligt fokus på hållbarhet. Genom tydlig kommunikation och skyltning av ekologiska, alkoholfria och etiskt märkta produkter hjälper vi kunderna att göra medvetna val. I Ölstudion testas också försäljning av alkoholfri fatöl som tappas upp i glasbehållare, så kallade growlers. Systemet är cirkulärt då glasbehållaren återanvänds.

ÖKAT STÖD FÖR ENSAMRÄTTEN

Genom Opinionsindex (OPI) mäts månatligen svenskarnas inställning till ensamrätten. På ackumulerat helår uppmättes ett OPI på 76 procent vilket är en signifikant ökning jämfört med förra året då stödet låg på 74 procent. Vi ligger

dock något under målnivån om 77 procent. Vi anser att det visar på vikten av att fortsatt påminna och informera om den nytta som ensamrätten innebär, som en viktig hörnsten i den svenska alkoholpolitiken.

Utöver stödet för ensamrätten mäter vi också hur våra kunder uppfattar oss och den service vi erbjuder. Pandemin har påverkat hur vi mäter Nöjd Kund Index (NKI), då vi under året har ställt om till en digital undersökning. Vi har tagit fram tillförlitliga resultat på totalnivån för Systembolaget, där NKI för 2020 landar på 82, som beaktat metodbytet är i linje med resultatet 2019. Detta innebär ännu ett år med fortsatt hög kundnöjdhet, vilket självklart är mycket glädjande. För mer information kring NKI och metodbytet se sidan 5 och 15.

Året som gått har inneburit många nya och svåra utmaningar. Här har våra medarbetare, inte minst på depå och i butik, gjort en exceptionell insats. Jag vill därför rikta ett stort och varmt tack till var och en av våra medarbetare som alla bidragit till goda kundmöten och till att värna vårt viktiga uppdrag – att minska alkoholens skadeverkningar. Till sist vill jag också rikta ett stort tack till alla kunder som tillsammans med våra medarbetare tagit ansvar för att säkra varandras hälsa och minska smittspridningen.

Magdalena Gerger

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 448 butiker och finns i Sveriges samtliga 290 kommuner. Utöver butikerna finns 481 ombud runt om i Sverige dit kunderna kan beställa varor för avhämtning. Systembolaget erbjuder även hemleverans till sex län samt Mälardalen och når med det ungefär 65 procent av den inköpsberättigade befolkningen i Sverige. Arbetet med att göra tjänsten hemleverans tillgänglig för hela landet pågår. Det blir en succesiv utrullning som beräknas vara klar under 2021.

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 uppsatta mål som sätter en inriktning framåt. Det primära målet enligt ägaren är samhällsnyttan. Det sekundära målet är att Systembolaget ska leverera ett från ägaren förutbestämt avkastningskrav över tid, vilket följs upp genom ett antal ekonomiska mål. 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 nuvarande 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 att FN:s globala mål är styrande för målsättningarna. Systembolaget ser stor potential för förbättringar inom transporter, förpackningar samt inköp till verksamheten. Likaså när det gäller 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	okt–dec 2020	okt–dec 2019	helår 2020	helår 2019	målnivå 2020
Nöjd Kund Index (NKI) ¹	82	85	82	85	82
NKI Hållbarhet ¹	–	–	71	75	71
Ålderskontroll %	96	94	95	95	96
Opinionsindex (OPI) %	75	72	76	74	77
Koldioxidutsläpp från dryckesförpackningarna, ton ³	–	–	182 500	169 200	165 800
Koldioxidutsläpp från distributionen, ton ²	–	–	15 000	–	–
Prestationskultur ²	–	–	83	82	83
Total sjukfrånvaro % ⁴	–	–	5,9	4,5	4,5
Utländsk bakgrund ²	–	–	13	13	14
Avkastning på eget kapital %	–	–	28	15	8–9
Soliditet %	26	26	26	26	20–30
Kostnadseffektivitet ²	–	–	2,3	2,4	≤2,3
Indikatorer					
Totalkonsumtion, liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre ²	–	–	–	8,7	–
Systembolagets konsumtionsandel ²	–	–	–	66	–
Alkoholindex ²	–	–	63	62	–
Sustainable Brand Index placering ²	–	–	8	12	–

¹ Redovisas tre gånger per år. Ny mätmetod från Q4 2020, se mer på sid. 15.

² Redovisas årsvis.

³ Nyckeltalet mäts och presenteras två gånger per år.

⁴ Utfall avser rullande 12 månader med en månads eftersläpning.

NÖJD KUND INDEX (NKI)

Covid-19 har haft en stor påverkan på genomförandet av årets NKI-mätningar. Pågående rekrytering i butik fick avbrytas under årets första mätning till förmån för digital rekrytering i webbpaneler under de resterande två mätningarna. I årets andra mätning kontaktades kunder både i en extern webbpanel och kunder i en tillfällig Systembolaget-panel och den tredje mätningen bestod enbart av en extern webbpanel. Panelens sammansättning av kunder skiljer sig från de tidigare butiksrekryterade kunderna och ger ett mer riksrepresentativt urval med jämnare åldersfördelning och geografisk spridning vilket resulterar i en lägre betygsnivå. Resultatet från Systembolaget-panelen har använts för att säkerställa jämförbarheten mot tidigare undersökningar. För mer information om metodbytet, se sidan 15.

NKI för helåret 2020 landade på 82 i webbpanelen, vilket med metodbytet i beaktande, är i linje med resultatet 2019 på 85. Med årets resultat är Systembolaget i nivå med den justerade målnivån för 2020 som är 82. Att bibehålla en fortsatt hög NKI-nivå, trots ett annorlunda år med många utmaningar, visar på både uthållighet och styrka i organisationen. Synen på Systembolagets service har aldrig varit så stark som nu samtidigt som bolagets samhällsansvar fortsatt värderas högt av kunderna.

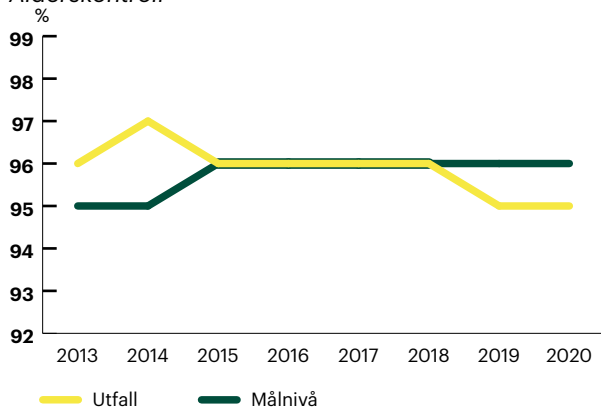
NÖJD KUND INDEX (NKI) – HÅLLBARHET

NKI – Hållbarhet är en del av mätningen i NKI som sker tre gånger per år. Årets sista mätning uppgick till 71 (75) och helårsresultatet till 71 (75) med den nya digitala rekryteringen (motsvarande 75 med tidigare metod i butik) vilket är i linje med målnivån för året. Nivåerna för de båda delfrågorna uppgick till 71 för Hållbarhetsarbete miljö och 72 för Hållbarhetsarbete mänskliga rättigheter.

ÅLDERSKONTROLL

Under fjärde kvartalet genomfördes 1 992 (1 547) ålderskontrollköp (20–24 år). Nyckeltalet innefattar från och med 2020 inte bara kontrollköp i våra butiker, utan även kontrollköp hos ombud och vid hemleveranser. Legitimation begärdes vid 96 (94) procent av dessa köptillfällen. Ackumulerat för året var utfallet 95 (95).

Ålderskontroll

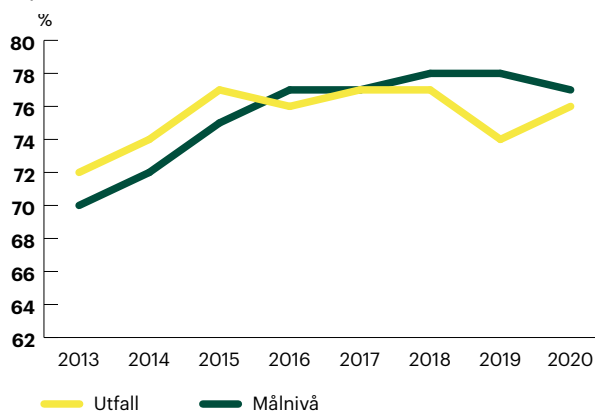


OPINIONSINDEX (OPI)

OPI mäter hur stor andel av Sveriges befolkning som vill behålla Systembolagets ensamrätt till detaljhandelsför-

säljning av sprit, vin och starköl. Vid kvartalets mätning uppgick index till 75 (72) procent och ackumulerat för året uppgick OPI till 76 (74) procent, vilket är en signifikant ökning både i kvartalet och ackumulerat jämfört med föregående år. Resultatet visar på vikten av att fortsätta att påminna om den nytta som ensamrätten ger upphov till, vilket Systembolaget gjort under året, bland annat genom aktiviteter på temat *Annorlunda av en anledning*.

Opinionsindex



KOLDIOXIDUTSLÄPP FRÅN DRUCKESFÖRPACKNINGAR

Förpackningar står för den största delen av Systembolagets indirekta klimatpåverkan och mäts och redovisas sedan år 2020 två gånger per år. Målet är att utsläppen från dryckesförpackningar ska minska med 10 procent till år 2023 jämfört med 2019. Mätningen för helåret 2020 gav utfallet 182 500 (169 200) ton koldioxidekvivalenter, vilket är en ökning med 8 procent jämfört med föregående år. Ökningen under 2020 förklaras främst av ökningen i försäljningsvolym totalt sett för Systembolaget jämfört med föregående år och där covid-19 var den största bidragande orsaken.

Koldioxidavtrycket från förpackningar har varierat mycket under året och har varit som högst inför storhelger och under sommaren. De säsongsbetonade produkterna på engångsglas, till exempel glögg och specialöl, har stor påverkan på utfallet och det är en av utmaningarna att hantera framåt. Analysen för helåret visar dock att koldioxidutsläpp per liter har minskat inom samtliga dryckeskategorier. För att nå utsläppsmålet år 2023 kommer Systembolaget fortsätta verka för övergången från tunga glasflaskor till mer klimatsmarta förpackningar som till exempel pappförpackningar, PET, lättare glas och burk. En mer detaljerad analys presenteras i Systembolagets ansvarsredovisning 2020 som publiceras den 25 mars.

KOLDIOXIDUTSLÄPP FRÅN DISTRIBUTION

Det strategiska nyckeltalet för koldioxidutsläpp från distribution är nytt från 2020 och årets resultat, 15 000 ton koldioxidekvivalenter, kommer att fungera som basår för kommande mätningar. Nyckeltalet inkluderar två delar; varupåfyllnad till butik och depå respektive Systembolagets inköpta transporter. Varupåfyllnaden sköts av Systembolagets dryckesleverantörer via ett antal distributörer och deras lager. Systembolagets inköpta dryckes transporter sker via våra varudepåer och distribuerar kundbeställningar till butik, ombud och hemleverans.

PRESTATIONSKULTUR

Nyckeltalet mäts och presenteras en gång per år. Resultatet uppgick till 83 (82) procent. En mer detaljerad analys kring utfallet presenteras i Systembolagets Ansvarsredovisning 2020 som publiceras den 25 mars.

TOTAL SJUKFRÅNVARO

Total sjukfrånvaro (rullande 12 månader) uppgick per den sista december till 5,9 (4,5) procent, vilket är betydligt högre än föregående år. Det är framförallt korttidssjukfrånvaron som ökat jämfört med föregående år som en följd av covid-19 och där är effekten extra tydlig för perioden mars–december.

UTLÄNDSK BAKGRUND

Nyckeltalet mäts och presenteras en gång per år. Resultatet uppgick till 13 (13) procent. En mer detaljerad analys kring utfallet presenteras i Systembolagets Ansvarsredovisning 2020 som publiceras den 25 mars.

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 december motsvarar 7 procent. Avkastningen på eget kapital uppgick per den sista december rullande 12 månader till 28 (15) procent.

Avkastning på eget kapital har sedan föregående år ökat framförallt hänförligt till ett högre bruttoresultat till följd av en ökad försäljningsvolym samt effektiviseringsåtgärder i verksamheten.

SOLIDITET

Soliditeten ska enligt ägaranvisningen för helåret uppgå till mellan 20 och 30 procent. Per den sista december uppgick soliditeten till 26 (26) 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. För år 2020 uppgick kostnadseffektiviteten till 2,3 (2,4), vilket är i nivå med uppsatt mål.

TOTALKONSUMTION OCH SYSTEMBOLAGETS KONSUMTIONSANDEL

CANs¹ mätning av total alkoholkonsumtion och Systembolagets konsumtionsandel genomförs en gång per år och redovisas med ett års eftersläpning. Den totala alkoholkonsumtionen i Sverige 2019 sjönk med ungefär 1,5 procent jämfört med 2018 och resandeförseln ökade samtidigt som köp av smugglad alkohol minskade. Systembolagets försäljningsandel ökade med ungefär en procentenhet jämfört med 2018.

CAN har även tagit fram en specialrapport med anledning av covid-19 där konsumtionen under mars-april i år har granskats och jämförts med samma period föregående år. Resultatet visar att den totala konsumtionen ligger kvar på samma nivå som i fjol och att Systembolagets andel av den totala anskaffningen ökat.

Utöver CAN:s mätningar har Systembolaget till följd av covid-19 valt att genomföra ytterligare mätningar av alkoholkonsumtionen med hjälp av Norstat. Resultatet visar att det är fler som minskat sin konsumtion under året, snarare än ökat.

ALKOHOLINDEX

Alkoholindex mäts en gång per år. Resultatet för 2020 uppgick till 63 (62) och visar en marginell förändring mot föregående år vilket indikerar en något mindre 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. 2020 hamnar Systembolaget på plats nummer 8, vilket är fyra placeringar bättre än förra årets 12:e placering och ett steg närmare målet att bli ett välkänt föredöme inom hållbarhet.

Ekonomisk utveckling

MSEK	okt–dec 2020	okt–dec 2019	helår 2020	helår 2019
Nettoomsättning	10 036	8 859	36 737	32 211
Rörelseresultat	144	37	542	229
Finansnetto	10	2	30	75
Resultat efter finansiella poster	154	39	572	304
Kassaflöde från den löpande verksamheten	1 305	1 553	674	480
Årsarbetare	3 851	3 631	3 884	3 613

NETTOOMSÄTTNING OCH FÖRSÄLJNINGSVOLYM

Systembolagets försäljning är generellt högre mot veckosluten samt under slutet av varje månad. Under pandemin har dock en förändring skett och förhållandevis fler köp sker under veckans första dagar. De största försäljningstopparna uppstår inför påsk, midsommar, jul och nyår. Därutöver är försäljningen som högst under sommar-månaderna juni till och med augusti.

Nettoomsättning

MSEK	okt–dec 2020	okt–dec 2019	helår 2020	helår 2019
Sprit	2 259	1 840	7 684	6 363
Vin	5 229	4 709	18 653	16 771
Starköl	2 200	1 966	8 879	7 726
Cider och blanddrycker	209	207	1 018	923
Alkoholfritt	50	66	186	214
Summa försäljning drycker	9 947	8 788	36 420	31 997
Övriga varor och tjänster	89	71	318	214
Summa intäkter	10 036	8 859	36 738	32 211

1. Alkoholkonsumtionen i Sverige 2019, CAN (Monitormätningen)

Oktober – december 2020

Intäkterna under fjärde kvartalet ökade med 13 procent jämfört med föregående år till 10 036 (8 859) miljoner kronor. Alla varugrupper bortsett från alkoholfritt ökade jämfört med föregående år och det var varugrupperna sprit samt öl som procentuellt ökade mest.

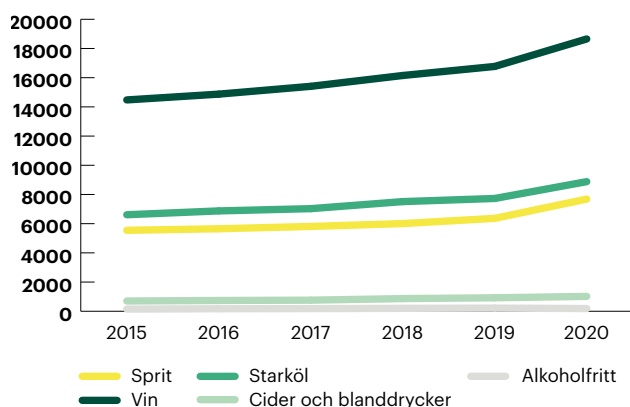
Under samma period ökade försäljningsvolymen med drygt 9 procent till 142,9 (131,0) miljoner liter. Intäkterna ökade procentuellt mer än försäljningsvolymen, vilket till stor del beror på en förändrad produktmix i försäljningen.

Januari – december 2020

För helåret 2020 ökade intäkterna med drygt 14 procent jämfört med föregående år till 36 737 (32 211) miljoner kronor. Alla varugrupper bortsett från alkoholfritt ökade jämfört med föregående år. Den procentuellt största ökningen stod varugrupperna sprit och öl för.

Under samma period ökade försäljningsvolymen med drygt 11 procent till 569,1 (511,9) miljoner liter.

Nettoomsättning MSEK januari – december



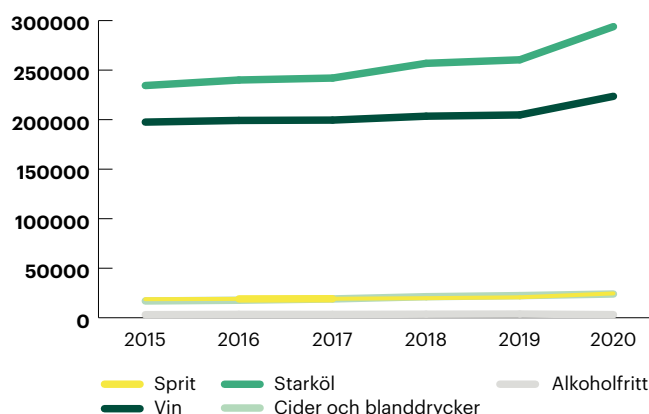
Försäljningsvolym drycker

1 000-tals liter	okt–dec 2020	okt–dec 2019	helår 2020	helår 2019
Sprit	6 933	5 797	24 547	20 636
Vin	59 043	54 356	223 551	204 750
Starköl	71 207	64 702	293 914	260 410
Cider och blanddrycker	4 897	4 991	23 962	22 349
Alkoholfritt	860	1 149	3 147	3 719
Summa försäljning drycker	142 940	130 995	569 121	511 864

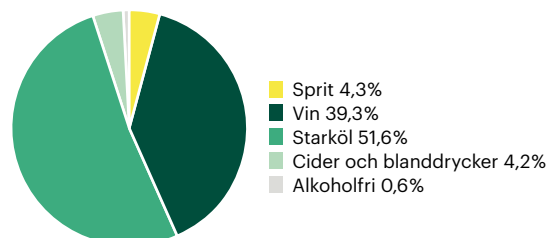
Hela perioden visade på högre försäljningsvolym än föregående år. Omständigheterna på grund av covid-19 bidrog sedan mars tydligt till en ökad försäljning, som fortsatt under resten av året. Den ökade försäljningen har även omräknad till liter ren alkohol per capita ökat något jämfört med föregående år.

Samtliga varugrupper bortsett från alkoholfritt ökade jämfört med föregående år och omständigheterna på grund av covid-19 var fortsatt den största bidragande orsaken till ökningen. Sprit ökade med 19 procent (3,9 miljoner liter), vilket sannolikt också är en effekt av att den svaga svenska kronan minskade resandeförseln i början av året. Stängda gränser efter utbrottet av covid-19 minskade resandeförseln ytterligare. Försäljningen under årets sista månader påverkades även av ytterligare restriktioner för alkoholserving på restauranger och barer. Försäljningen av starköl ökade med 13 procent (33,5 miljoner liter), vin ökade med 9 procent (18,8 miljoner liter). Cider och blanddrycker stod för en ökning med 7 procent (1,6 miljoner liter). Alkoholfritt minskade med 15 procent (0,6 miljoner liter), vilket skulle kunna bero på färre större sammankomster där ett alkoholfritt alternativ vanligtvis erbjuds.

Försäljningsvolym 1000-tals liter januari – december

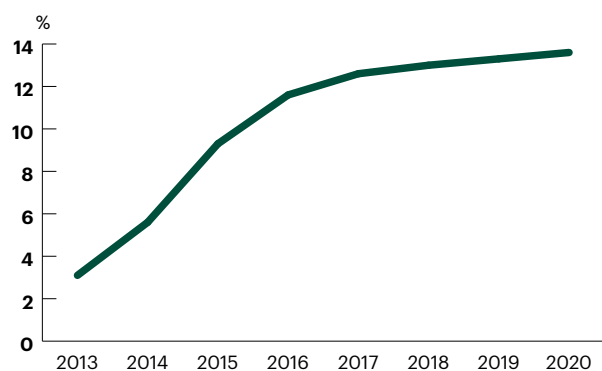


Försäljningsvolym i procent fördelat per varugrupp januari – december 2020



Försäljningen av ekologiska produkter uppgick under perioden till 77,2 (68,3) miljoner liter vilket motsvarar en ökning på drygt 13 procent jämfört med föregående år. Ekologiska produkter utgjorde 14 (13) procent av den totala försäljningsvolymen och inom det ekologiska sortimentet har samtliga varugrupper bortsett från alkoholfritt ökat i volym under perioden. Majoriteten av den ekologiska försäljningsvolymen kommer fortsatt från vin (motsvarande 70 procent) och öl, cider och blanddrycker (motsvarande 28 procent). Systembolaget ser en fortsatt andelsmässig ökning av det ekologiska sortimentet, ökningstakten är likvärdig med föregående år.

Andel ekologisk försäljning, volym januari–december



Antalet kundbesök i butik uppgick under perioden till 129,2 (126,2) miljoner vilket är en ökning med 2 procent jämfört med föregående år. Antalet digitala besök, det vill säga besök på webb och i app, ökade med 23 procent och uppgick till 74,9 (61,1) miljoner besök under perioden.

RÖRELSERESULTAT

Oktober–december 2020

Kvartalets rörelseresultat uppgick till 144 (37) MSEK. Rörelsemarginalen, exklusive alkoholskatt, uppgick till 2,3 (0,7) procent. Ökningen av rörelseresultatet beror på ett ökat bruttoresultat, till följd av en ökad försäljningsvolym som främst förklaras med omständigheterna på grund av covid-19, samt till följd av effektiviseringar gjorda både i butik och inom administration.

Kvartalets försäljningskostnader, vilka uppgick till 857 (864) MSEK, ligger i nivå med föregående år. Kostnaderna i kvartalet reduceras genom minskade kostnader för resor och utbildning samt genomförda effektiviseringsåtgärder. Personalkostnaderna ökade till följd av en ökad försäljningsvolym, samt en högre extern bemanning på depå och butik. Vidare påverkar högre lokalkostnader till följd av fler och större butiker. Ett ökat antal kundbeställningar, många med hemleverans, har lett till högre försäljningskostnader i och med ökade kostnader för bland annat frakter samt andra volymdrivna kostnader.

Kvartalets administrationskostnader uppgick till 244 (243). Effektiviseringar inom administrationen samt minskade kostnader för pension reducerar kostnaderna för perioden. Ökade personalkostnader, utökade IT-kostnader på grund av utveckling av det digitala kundmötet samt ökade kommunikationskostnader i samband med insatser för att minska smittspridningen av covid-19 gör att administrationskostnaderna ligger på samma nivå jämfört med samma period föregående år.

Januari–december 2020

Rörelseresultat för helåret uppgick till 542 (229) MSEK. Rörelsemarginalen, exklusive alkoholskatt, uppgick till 2,4 (1,2) procent. Ökningen av rörelseresultatet beror på ett ökat bruttoresultat, till följd av en ökad försäljningsvolym som delvis förklaras med omständigheterna på grund av covid-19. Då andra inköpskanaler såsom resandeförsel och restauranger och barer varit kraftigt begränsade, antas Systembolagets marknadsandel ha ökat. Årets rörelseresultat påverkades av högre försäljningskostnader, vilka uppgick till 3 296 (3 121) MSEK.

Trycket i butik och på depå har varit högre än vanligt och även kundbeställningar har ökat, många med hemleverans, vilket bland annat genererat ökade personalkostnader, fraktkostnader, samt andra volymdrivna kostnader. Förändringen mot föregående år förklaras också av en ny depå utanför Stockholm, som har bidragit till ökade personal-, lokal- och hanteringskostnader. Lokalkostnaderna har dessutom ökat till följd av fler och större butiker, samt indexering av hyror. Vidare har försäljningskostnaderna påverkats av merkostnader för butik kopplat till covid-19, som till exempel plexiglas och externa resurser kring slussning. Årets kostnader reducerades av effektiviseringsåtgärder i butik så som kontantfria kassor, samt lägre rese- och utbildningskostnader.

Administrationskostnaderna ökade jämfört med samma period föregående år och uppgick till 843 (779) MSEK. Det förklaras främst av ökade personalkostnader samt av ökade kommunikationskostnader i samband med lanseringen av Systembolagets koncept *Annorlunda av en anledning*. Administrationskostnader har även påverkats av utökade IT-kostnader på grund av utveckling av det digitala kundmötet, samt satsningar inom hållbarhet. Årets kostnader har reducerats till följd av bland annat effektiviseringar gjorda inom administrationen.

FINANSNETTO

Oktober–december 2020

Finansnettot uppgick till 10 (2) MSEK varav 7 (6) MSEK avser ränteintäkter från finansiella placeringar och 3 (-4) MSEK avser värdeförändringar av finansiella placeringar. Värdepappersportföljen har utvecklats något positivt under fjärde kvartalet.

Januari–december 2020

Finansnettot uppgick till 30 (75) MSEK varav 17 (16) MSEK avser utdelning från Systembolagets dotterbolag AB K14 Näckströmsgatan, 30 (26) MSEK avser ränteintäkter från finansiella placeringar och -17 (33) MSEK avser värdeförändringar av finansiella placeringar. Marknadsvärdena för Systembolagets placeringar utvecklades kraftigt negativt under mars och april i samband med det globala utbrottet av covid-19 som skakade om marknaden. Därefter har portföljen successivt återhämtat sig. Systembolaget har en portfölj som utgörs av en blandning av räntebärande värdepapper med låg risk. Under året har ett antal värdepapper skiftats ur portföljen för att ytterligare sänka risken och öka diversifieringen i portföljen. Systembolagets värdepappersportfölj uppgick per 2020-12-31 till 2 755 MSEK, varav 44 (32) procent i gröna obligationer.

RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER

Oktober–december 2020

Kvartalets resultat efter finansiella poster uppgick till 154 (39) MSEK.

Januari–december 2020

Periodens resultat efter finansiella poster uppgick till 572 (304) MSEK.

KASSAFLÖDE

Oktober – december 2020

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 1 304 (1 553) MSEK. Förändringen av leverantörsskulder är något högre jämfört med samma period föregående år och beror framförallt på en timingskillnad i betalningstidpunkt. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -243 (-260) MSEK, varav -35 (-59) MSEK främst avser ny- och ombyggnation av butiker, och -208 (-201) MSEK avser nettoförändring av finansiella placeringar.

Januari – december 2020

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 674 (480) MSEK. Förändringen av leverantörsskulder samt lager är högre jämfört med samma period föregående år och beror framförallt på en ökad försäljningsvolym. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till 24 (112) MSEK, varav -117 (-134) MSEK främst avser ny- och ombyggnation av butiker, och 141 (246) MSEK avser nettoförändring av finansiella placeringar.

ÅRSARBETARE

Oktober – december 2020

Årsarbetare uppgick till 3 851 (3 631) under kvartalet. Jämfört med fjärde kvartalet föregående år har antalet årsarbetare ökat med 220 personer. Ökningen är framförallt kopplat till en ökad försäljningsvolym och ökat antal kundbeställningar som påverkar både butik och depå. Årsarbetare ökar också av högt tryck inom E-handel för att möta ändrade kundbeteenden samt av nyrekryteringar inom vissa områden där ett skifte genomförts från extern bemanning till att anställa.

Januari – december 2020

Årsarbetare uppgick till 3 884 (3 613) under perioden, vilket är en ökning med 271 personer jämfört med föregående år. En ökad försäljningsvolym, till följd av covid-19, är främsta orsaken till ökningen av årsarbetare. Nyrekryteringar har genomförts både i butik, på depå samt i administrativa funktioner såsom kundtjänst för att möta den ökade försäljningsvolymen och ändrade kundbeteenden. Årsarbetare ökar också på grund av en ny depå som öppnades hösten 2019, satsningar inom E-handel och hållbarhet, samt nyrekryteringar inom vissa områden där ett skifte genomförts från extern bemanning till att anställa.

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. Utvecklingen av covid-19 är en risk som skapar osäkerheter i såväl planering som genomförande av Systembolagets verksamhet. Andra högt värderade risker är lagstiftningsfrågor som kan ge påverkan på monopolställningen, hållbarhet och arbetsmiljö 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 2019.

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. IQ-initiativet finansieras av Systembolaget med en årsbudget på 40 (35) MSEK. Periodens resultat före skatt uppgick till 6 (-1,4) MSEK.

AB K14 Näckströmsgatan förvaltar Systembolagets rörelsefastighet. Periodens resultat före skatt uppgick till 22 (22) MSEK. Resultatet är främst hänförligt till koncerninterna hyresintäkter.

Förslag till utdelning

Styrelsen föreslår att utdelning lämnas med 471 249 791 kronor (1309,0 kr per aktie). Förslaget presenteras på Systembolagets årsstämma den 22 april 2021.

Väsentliga händelser efter balansdagen

Inget väsentligt finns att rapportera.

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar härmed att bokslutskommunikén ger en rättvisande översikt av Systembolagets verksamhet, ställning och resultat samt att den beskriver de väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som Systembolaget står inför.

Stockholm den 15 februari 2021

Systembolaget AB

Göran Hägglund

Ordförande

Viveca Bergstedt Sten

Ordinarie ledamot

Robert Damberg

Ordinarie ledamot

Anders Ehrling

Ordinarie ledamot

Ulrika Eriksson

Ordinarie ledamot

Cecilia Halle

Ordinarie ledamot

Barbro Holmberg

Ordinarie ledamot

Frida Johansson Metso

Ordinarie ledamot

Håkan Leifman

Ordinarie ledamot

Robert Adrell

Arbetstagarrepresentant

Maria Nilsson

Arbetstagarrepresentant

Magdalena Gerger

Verkställande direktör

Bokslutskommunikén har inte varit föremål för granskning av bolagets revisorer .

Resultaträkning i sammandrag, Systembolaget AB

MSEK	Not	okt-dec 2020	okt-dec 2019	helår 2020	helår 2019
Nettoomsättning		10 036	8 859	36 737	32 211
Kostnad för sålda varor		-8 792	-7 716	-32 061	-28 092
Bruttoresultat		1 244	1 143	4 676	4 119
Försäljningskostnader	2, 3	-857	-864	-3 296	-3 121
Administrationskostnader	2, 3	-244	-243	-843	-779
Övriga rörelseintäkter		1	2	6	12
Övriga rörelsekostnader		0	-1	-1	-2
Rörelseresultat		144	37	542	229
Finansnetto		10	2	30	75
Resultat efter finansiella poster		154	39	572	304
Periodiseringsfond		25	-	25	-
Resultat före skatt		179	39	597	304
Skatt		-39	-9	-126	-64
Periodens resultat		140	30	471	240

Balansräkning i sammandrag, Systembolaget AB

MSEK	Not	2020-12-31	2019-12-31
Anläggningstillgångar			
Materiella tillgångar		434	467
Finansiella tillgångar		2 790	2 839
Summa anläggningstillgångar		3 224	3 306
Omsättningstillgångar			
Varulager		1 406	1 040
Fordringar		256	201
Kortfristiga placeringar		0	106
Kassa och bank		1 929	1 454
Summa omsättningstillgångar		3 591	2 801
Summa tillgångar	4	6 815	6 107
Eget kapital			
Bundet eget kapital		432	432
Fritt eget kapital		1 362	1 131
Summa eget kapital		1 794	1 563
Obeskattade reserver			
Periodiseringsfond		0	25
Summa obeskattade reserver		0	25
Avsättningar			
Långfristiga avsättningar		117	92
Summa avsättningar		117	92
Skulder			
Långfristiga skulder		123	112
Kortfristiga skulder		4 781	4 315
Summa skulder	4	4 904	4 427
Summa eget kapital och skulder		6 815	6 107

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 2019-01-01	360	72	891	180	1 503
Överföring till fria reserver			180	-180	0
Periodens resultat				240	240
Utdelning till ägaren			-180		-180
Utgående eget kapital 2019-12-31	360	72	891	240	1 563
Ingående eget kapital 2020-01-01	360	72	891	240	1 563
Överföring till fria reserver			240	-240	0
Periodens resultat				471	471
Utdelning till ägaren			-240		-240
Utgående eget kapital 2020-12-31	360	72	891	471	1 794

Kassaflödesanalys i sammandrag, Systembolaget AB

MSEK	okt-dec 2020	okt-dec 2019	helår 2020	helår 2019
Den löpande verksamheten				
Resultat före skatt	180	39	597	304
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	29	50	180	138
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital				
Förändring av varulager	1	134	-367	36
Förändring av fordringar	-29	6	-39	-24
Förändring av skulder	1 145	1 329	365	110
Förändring av fordringar/skulder koncernbolag	2	15	11	17
Kassaflöde från den löpande verksamheten efter förändring av rörelsekapitalet	1 328	1 573	747	581
Betald skatt	-24	-20	-73	-101
Kassaflöde från den löpande verksamheten	1 304	1 553	674	480
Investeringsverksamheten				
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-35	-59	-117	-134
Netto av finansiella tillgångar	-208	-201	141	246
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-243	-260	24	112
Finansieringsverksamheten				
Utdelning från AB K14 Näckströmsgatan	0	0	17	16
Utdelning till ägaren	0	0	-240	-180
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	0	0	-223	-164
Periodens kassaflöde	1 061	1 293	475	428
Likvida medel vid periodens början	868	161	1 454	1 026
Likvida medel vid periodens slut	1 929	1 454	1 929	1 454

Kvartalsöversikt, Systembolaget AB

MSEK	okt-dec 2020	okt-dec 2019	jul-sep 2020	jul-sep 2019	apr-jun 2020	apr-jun 2019	jan-mars 2020	jan-mars 2019
Nettoomsättning	10 036	8 859	9 660	8 329	9 930	8 509	7 111	6 514
Bruttoresultat	1 244	1 143	1 214	1 068	1 313	1 091	905	817
Försäljningskostnader	-857	-864	-813	-731	-848	-804	-780	-722
Administrationskostnader	-244	-243	-174	-145	-215	-203	-207	-188
Rörelseresultat	144	37	227	197	251	86	-81	-91
Kvartalets resultat	140	30	211	167	265	99	-146	-56
Soliditet %	29	26	31	33	22	25	28	32

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 2019 under rubriken Finansiell rapportering, Not 1 – Redovisningsprinciper, med undantag för IFRS 16. Nya och ändrade standarder och tolkningar från IASB respektive IFRIC har inte haft någon väsentlig påverkan på finansiella rapporter.

IFRS 16 Leasingavtal

IFRS 16 är tillämplig för räkenskapsår som börjar den 1 januari 2019 men tidigare tillämpning har varit tillåten. Standarden är antagen av EU. Samtliga leasingavtal redovisas i enlighet med undantaget avseende IFRS 16 i RFR 2 som kostnad.

NOT 2 PERSONALKOSTNADER

Ackumulerat under perioden uppgick de totala personalkostnaderna till 2 341 (2 218) MSEK. Lönekostnaderna har ökat jämfört med föregående år, främst som en följd av en ökad försäljningsvolym, öppnandet av en ny depå, fler butiker samt nyrekryteringar till följd av satsningar inom bland annat e-handel. Pensionskostnaderna har ökat jämfört med föregående år framförallt kopplat till ökade löner, men också på grund av en ökad indexeringskostnad för utförsäkrade pensionärer vilken reduceras av en lägre utförsäkringskostnad.

NOT 3 AVSKRIVNINGAR

MSEK	okt–dec 2020	okt–dec 2019	helår 2020	helår 2019
Byggnader och mark	1	1	2	2
Materiella anläggningstillgångar	36	35	148	148
Immateriella tillgångar	0	0	0	0
Summa avskrivningar	37	36	150	150

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 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 2019.

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 justerat eget kapital. Eget kapital är justerat för schablonskatt på obeskattade reserver.	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 kan täcka kostnader i rörelsen.
Rörelseresultat	Rörelseresultat beräknas utifrån bruttoresultat, med tillägg för övriga rörelseintäkter samt med avdrag för rörelsens kostnader.	Nyckeltalet visar resultat före finansnetto och skatter.
Soliditet	Justerat eget kapital i procent av balansomslutningen. Eget kapital är justerat för schablonskatt på obeskattade reserver.	Nyckeltalet ingår som mål i ägaranvisningen för Systembolaget.

Avkastning på eget kapital

	okt-dec 2020	okt-dec 2019	helår 2020	helår 2019
MSEK				
Periodens resultat, rullande 12 månader, MSEK	-	-	471	240
Genomsnittligt justerat eget kapital ¹	-	-	1 688	1 552
Avkastning på eget kapital	-	-	28%	15%

Kostnadseffektivitet

	okt-dec 2020	okt-dec 2019	helår 2020	helår 2019
MSEK				
Totala omkostnader MSEK, justerat för engångsposter	-	-	4 202	3 930
Såld kvantitet miljoner, viktat utifrån hanteringstid	-	-	1 832	1 636
Kostnadseffektivitet	-	-	2,3	2,4

Rörelsemarginal

	okt-dec 2020	okt-dec 2019	helår 2020	helår 2019
MSEK				
Nettoomsättning inkl alkoholskatt	10 036	8 859	36 737	32 211
Nettoomsättning exkl alkoholskatt	6 272	5 524	22 605	19 740
Alkoholskatt	3 764	3 335	14 132	12 471
Rörelseresultat	144	37	542	229
Rörelsemarginal exklusive alkoholskatt	2,3%	0,7%	2,4%	1,2%
Rörelsemarginal inklusive alkoholskatt	1,4%	0,4%	1,5%	0,7%

Soliditet

	okt-dec 2020	okt-dec 2019	helår 2020	helår 2019
MSEK				
Balansomslutning	6 815	6 107	6 815	6 107
Justerat eget kapital ¹	1 794	1 583	1 794	1 583
Soliditet	26%	26%	26%	26%

1. Genomsnittligt justerat eget kapital

	okt-dec 2020	okt-dec 2019	helår 2020	helår 2019
MSEK				
Eget kapital	1 794	1 563	1 794	1 563
Periodiseringsfond	0	25	0	25
Schablonskatt för obeskattade reserver	21,4%	21,4%	21,4%	21,4%
Justerat eget kapital	1 794	1 583	1 794	1 583
Justerat eget kapital samma period föregående år	1 583	1 522	1 583	1 522
Genomsnittligt justerat eget kapital	1 688	1 552	1 688	1 552

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 nio 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

Sedan 2020 mäter Systembolaget koldioxid från distribution på årlig basis. Systembolagets mål är att alla transporter av dryck till och från Systembolagets butiker, depåer, ombud och hemleverans, det vill säga inklusive e-handelslogistiken, ska vara fossilfria till 2030. Till 2023 ska koldioxidutsläppen från transporter ha minskat och transporterna som Systembolaget själv köper in vara fossilfria.

KOLDIOXIDUTSLÄPP FRÅN DRYCKESFÖRPACKNINGAR

Systembolaget rapporterar sedan 2020 koldioxidutsläpp från dryckesförpackningar två gånger per år, med målet att utsläppen från dryckesförpackningar ska minska med 10 procent till 2023 jämfört med 2019. En basmätning för helåret 2019 gav utfallet 169 219 ton koldioxidekvivalenter.

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.

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

Omständigheterna kring covid-19 och de allmänna råden från Folkhälsomyndigheten har haft stor påverkan på genomförandet av årets NKI-mätningar. Pågående rekrytering i butik fick avbrytas under årets första mätning till förmån för digital rekrytering i webbpaneler under de resterande två mätningarna.

I årets andra mätning kontaktades kunder både i en extern webbpanel och i en tillfällig Systembolaget-panel. Den Systembolaget-panel som aktiverades inför årets andra mätning bestod av kunder som varit butiksrekryterade i någon av de tre NKI-mätningarna dessförinnan och ställt sig positiva till att på nytt besvara framtida undersökningar inom 12 månader.

Sammansättningen av kunderna som deltagit i webbpanelen skiljer sig från våra tidigare butiksrekryterade kunder och denna förändring har lett till en lägre betygsnivå från våra kunder. Det beror främst på den externa webbpanelens jämnare åldersfördelning och geografiska spridning. Denna sammansättning av kunder ger ett mer riksrepresentativt urval, vilket talar för att hålla fast vid den nya metoden framåt.

Resultatet från Systembolaget-panelen användes för att säkerställa jämförbarheten mot tidigare undersökningar, medan resultatet i den externa webbpanelen utgjorde ett avstamp mot framtida undersökningar. Dessa två parallella resultat har därmed möjliggjort att genomföra omräkningar kopplat till metodbytet. I årets tredje mätning kontaktades enbart kunder i extern webbpanel.

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.

- 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 monopolet för försäljning av starköl, vin och sprit. Intervjupersonerna får ta ställning till frågan:

- Tycker du att man ska behålla Systembolaget och monopolet 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 varumärkesstudie med fokus på hållbarhet. I Sverige genomfördes undersökningen 2020 via webbintervjuer med 21 640 svenska konsumenter i åldern 16-75 år under november 2019-februari 2020 och varje varumärke har slumpvis bedömts av minst 1000 personer. 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 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 6 000 kontrollköp. Från och med 2020 mäter 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.



Magdalena Gerger
Verkställande direktör
Telefon 08-503 310 25



Charlotte Hansson
Ekonomidirektör
Telefon 08-503 303 75

Kommande rapporttillfällen

25 mars 2021	Ansvarsredovisning 2020
22 april 2021	Årsstämma 2020
23 april 2021	Delårsrapport Q1 2021
16 juli 2021	Delårsrapport Q2 2021
22 oktober 2021	Delårsrapport Q3 2021
11 februari 2022	Bokslutskommuniké 2021

Systembolaget AB

Organisationsnummer: 556059-9473

Postadress: 103 84 Stockholm

Besöksadress: Kungsträdgårdsgatan 14

Telefon: 08-503 300 00

Hemsidaadresser: systembolaget.se och omsystembolaget.se