

Delårsrapport januari – juni

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 andra kvartalet 2020

- Nöjd Kund Index¹ uppgick till 86 (85)².
- Ålderskontrollen uppgick till 95 (95) procent.
- Opinionsmätningar visade att 75 (77) procent av medborgarna vill behålla Systembolagets ensamrätt.
- Systembolagets försäljningsvolym uppgick till 160,2 (139,6) miljoner liter.
- Nettoomsättningen ökade till 9 930 (8 509) MSEK.
- Rörelseresultatet uppgick till 251 (86) MSEK. Ökningen beror främst på ökad försäljningsvolym som en följd av att andra inköpskanaler kraftigt begränsats på grund av Covid-19.

Sammanfattning av januari – juni 2020

- Nöjd Kund Index uppgick till 86 (85).
- Ålderskontrollen uppgick till 95 (96) procent.
- Opinionsmätningar visade att 77 (78) procent av medborgarna vill behålla Systembolagets ensamrätt.
- Systembolagets försäljningsvolym uppgick till 270,9 (243,2) miljoner liter.
- Nettoomsättningen ökade till 17 042 (15 023) MSEK.
- Rörelseresultatet uppgick till 169 (-5) MSEK. Ökningen beror främst på ökad försäljningsvolym som en följd av att andra inköpskanaler kraftigt begränsats på grund av Covid-19.

1. För definitioner av nyckeltal se sidan 15–17.
2. Siffror inom parentes avser motsvarande period föregående år om inget annat framgår.

Finansiell information

MSEK	apr – jun 2020	apr – jun 2019	jan – jun 2020	jan – jun 2019	helår 2019
Nettoomsättning	9 930	8 509	17 042	15 023	32 211
Rörelseresultat	251	86	169	-5	229
Periodens resultat	265	99	119	43	240
Eget kapital	1 444	1 366	1 444	1 366	1 563
Avkastning på eget kapital %	-	-	22	11	15
Balansomslutning	6 556	5 531	6 556	5 531	6 107
Soliditet %	22	25	22	25	26
Kassaflöde från den löpande verksamheten	1 502	1 033	401	-367	480
Årsarbetare	3 451	3 495	3 380	3 358	3 613

Vd har ordet

Det är en speciell tid vi lever i – den pågående pandemin är något som har präglat samhället i stort – och även Systembolagets verksamhet under årets andra kvartal. Samtidigt som vi arbetat för en minskad smittspridning i våra butiker har vi inte stannat upp med varken driften eller utvecklingsarbetet.

Under våren och början av sommaren firas större högtider, som påsk, valborg och midsommar. Firandet har varit annorlunda jämfört med tidigare år, men likt andra år innebär högtider ett högre tryck på våra butiker. I år ser vi även att antalet hemleveransbeställningar ökat, om än från låga nivåer.

I denna speciella tid ser vi tendenser till att våra kunder i butik har spridit ut sina inköp över veckodagarna i större utsträckning. Vi har också arbetat för att minska antalet som handlar i våra butiker samtidigt med hjälp av slussning, vilket har mottagits mycket väl av våra kunder. För att minska köbildningen har vi också spridit ut lanseringar av vårt exklusiva tillfälliga sortiment till fler tillfällen, bytt veckodag för lansering, samt sett till att fler butiker fått ta del av sortimentet.

KUNDERNA – MER NÖJDA ÄN NÅGONSIN

Trots nya utmaningar och den nya verklighet som vi lever i är kunderna fortsatt nöjda med Systembolaget. Den senaste mätningen av Nöjd Kund Index omfattar endast 80 procent av våra butiker (totalt 362 butiker). Det beror på att vi aktivt valde att avbryta rekrytering av respondenter i butik på grund av Covid-19. Nöjd Kund Index landar på 86 vilket är den högsta siffra som har uppmätts. Vi är stolta över hur vi fortsatt lyckas med en hög kundnöjdhet i en svår tid som denna – här vill jag särskilt lyfta fram alla kollegor i butik som möjliggjort detta.

För oss, likt många andra arbetsplatser, har digitaliseringen tagit ett kliv framåt. Vi har haft en snabbare utveckling för exempelvis e-handeln där vi behövt anpassa oss efter nya förutsättningar. För första gången genomförde Systembolaget också en helt digital årsstämma och under stämman valdes Göran Hägglund till ny styrelseordförande.

ANNORLUNDA AV EN ANLEDNING

Alkohol är inte som andra varor – därför säljs den med ensamrätt i Sverige. Det är också därför Systembolaget är ett annorlunda företag, vilket är grunden i vårt nya kommunikationskoncept *Annorlunda av en anledning*. Här belyser vi på vilket sätt vi är annorlunda: genom att vi har reglerade öppettider, att vi inte säljer till personer under 20 år och att vi finns till för alla i Sverige och inte bara de som väljer att handla hos oss. I det första uttaget ingår bland annat annonser i dags- och kvällspress samt en kampanjfilm i tv och online.



Den senaste mätningen av OPI, Opinionsindex, visar att 75 procent stödjer Systembolagets ensamrätt. Även om det är en minskning med 2 procentenheter i jämförelse med samma kvartal i fjol, så ligger den fortsatt på en hög nivå. Mätningen visar att andelen som inte tar ställning i frågan ökar och vi ser därför vikten av att fortsätta kommunicera om vår roll och vårt uppdrag.

ALKOHOLKONSUMTION UNDER PANDEMIN

Alkohol är en riskfaktor vid samhällskriser. Det visar en rapport som Systembolaget uppdragit åt analysföretaget Ramboll att utföra. Resultaten pekar på att alkohol utgör en risk för enskilda individer och för samhället i stort. En av riskerna är enligt rapporten att människor av oro, isolering eller stress ökar sin konsumtion, många gånger från en redan riskfylld nivå. Därför har vi under kvartalet gett marknadsundersökningsföretaget Norstat i uppdrag att utföra månatliga mätningar bland befolkningen (17–84 år) för att få en bild över hur konsumtionen av alkohol har påverkats under pandemin. Resultaten visar att de allra flesta inte har förändrat sina konsumtionsvanor, och att fler uppger att de minskat sin konsumtion än de som uppger sig att ha ökat densamma. Störst riskgrupp för en ökad konsumtion är de som intensivkonsumerar och bor i storstadsregionerna. Bland 17–29-åringar är minskningen störst. I den åldersgruppen uppger 21 procent att konsumtionen är lägre jämfört med början av året¹.

1. <https://www.omsystembolaget.se/globalassets/pdf/vart-uppdrag/alkohol-en-riskfaktor-vid-samhällskriser.pdf>

Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning, CAN, har tagit fram en specialrapport där konsumtionen under mars–april i år granskats och jämförts med samma period föregående år¹. Resultatet visar att den totala konsumtionen ligger kvar på samma nivå som i fjol, men att anskaffningen av alkohol har minskat. Det antas bero på att folk konsumerar den alkohol de har hemma i kombination med att restaurangbesöken samt inköpen av alkohol i samband med en utlandsresa (resandeförsel) minskar. Samtidigt ser vi att Systembolagets andel av den totala anskaffningen ökar, därmed också försäljningsvolymerna och intäkterna.

FÖRSÄLJNING OCH FINANSIELLA NYCKELTAL

Intäkterna ökade under första halvåret och uppgick till 17 042 (15 023) miljoner kronor, vilket motsvarar en ökning med 13 procent. Försäljningsvolymen ökade under samma period med 11 procent. Den högre försäljningsvolymen kan till stor del förklaras av att Systembolagets andel av den totala anskaffningen ökar. Den ökade försäljningsvolymen innebär ökade koldioxidutsläpp från dryckesförpackningar med 8 procent, då förpackningar står för den största delen av Systembolagets indirekta klimatpåverkan. Här fortsätter vi dock verka för övergången från tunga glasflaskor till mer klimatsmarta förpackningar.

Rörelseresultatet för första halvåret uppgick till 169 (-5) miljoner kronor. Förutom ett ökat bruttoreultat påverkades rörelseresultatet också av ökade personalkostnader, ökade lokalkostnader, ökade kommunikationskostnader samt utvecklingskostnader kopplade till det digitala kundmötet.

Finansnettot påverkade resultatet negativt under första halvåret och uppgick till -21 (56) miljoner kronor och består framförallt av värdeförändringar av Systembolagets placeringar. Det finns en fortsatt osäkerhet i det ekonomiska läget på marknaden på grund av Covid-19, även om marknaden återhämtade sig delvis under andra kvartalet.

1. <https://www.can.se/app/uploads/2020/06/effekter-av-coronapandemin-preliminara-uppgifter.pdf>

FÄRRE VÄLJER ATT KÖPA PLASTPÅSAR

Vi arbetar med att underlätta för kunden att göra hållbara val när de handlar hos oss. Det är ett arbete som pågått länge och som rör alltifrån vilka förpackningar kunderna väljer till att fler väljer alkoholfritt till middagen, men också hur kunden bär hem produkter från oss. I maj infördes en ny skatt på plastbärkassar med tre kronor. Effekten av prisökningen blev omedelbar och per sista juni har försäljningen av antal plastpåsar minskat med 17 procent jämfört med 2019.

Under perioden har vi också inlett ett test där kundbeställningar med fler än fem artiklar packas i återanvända kartonger från våra dryckesleverantörer istället för i plastpåsar och nya kartonger i syfte att minska vårt miljöavtryck. Testbutik är vår butik i Bromma Blocks och testet kommer att utvärderas genom kundintervjuer. Trots att vi lever i en annorlunda vardag är det av stor vikt att inte stanna upp i vårt hållbarhetsarbete. Vår ambition är att vara ett föredöme inom hållbarhet – och varje litet kliv i rätt riktning är viktigt.

Magdalena Gerger

Verkställande direktör

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 445 butiker och finns i Sveriges samtliga 290 kommuner. Utöver butikerna finns 485 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 uttrullning 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 utvecklingen mot 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 nya strategiska plan sträcker sig över 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 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	apr – jun 2020	apr – jun 2019	jan – jun 2020	jan – jun 2019	helår 2019	målnivå 2020
Nöjd Kund Index (NKI) ¹	86	85	86	85	85	85
NKI Hållbarhet ¹	77	73	77	73	75	-
Ålderskontroll %	95	95	95	96	95	96
Opinionsindex (OPI) %	75	77	77	78	74	77
Koldioxidutsläpp från dryckesförpackningarna, ton	51 185	46 327	85 816	79 458	169 251	165 835
Koldioxidutsläpp från distributionen, ton ²	-	-	-	-	-	-
Prestationskultur ²	-	-	-	-	82	83
Total sjukfrånvaro % ³	-	-	5,2	4,4	4,5	4,5
Utländsk bakgrund ²	-	-	-	-	12,7	14,3
Avkastning på eget kapital %	-	-	22	11	15	8-9
Soliditet %	22	25	22	25	26	20-30
Kostnadseffektivitet ²	-	-	-	-	2,4	≤2,3
Indikatorer						
Totalkonsumtion, liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre ²	-	-	-	-	8,7	-
Systembolagets konsumtionsandel ²	-	-	-	-	66	-
Alkoholindex ²	-	-	-	-	62	-
Sustainable Brand Index placering ²	-	-	8	-	12	-

1. Redovisas tre gånger per år

2. Redovisas årsvis

3. Utfall avser rullande 12 månader med en månads eftersläpning

NÖJD KUND INDEX (NKI)¹

Vid den första av årets tre mätningar som genomfördes under andra kvartalet uppgick index till 86 (85), vilket är en ny rekordnivå. Dock pågick rekryteringen till denna mätning under mars och på grund av spridningen av Covid-19 avbröts rekryteringen i förtid och endast 80 procent av butikerna var med i mätningen. Rullande 12 månader uppgick NKI till 85 (85), vilket visar på en stabil hög nivå. Inom de kvalitetsområden som har störst påverkan på NKI ökade upplevelsen av Systembolagets medarbetare, upplevelsen av sortiment och utbud samt synen på Systembolagets samhällsansvar som också är det kvalitetsområde som ökade mest.

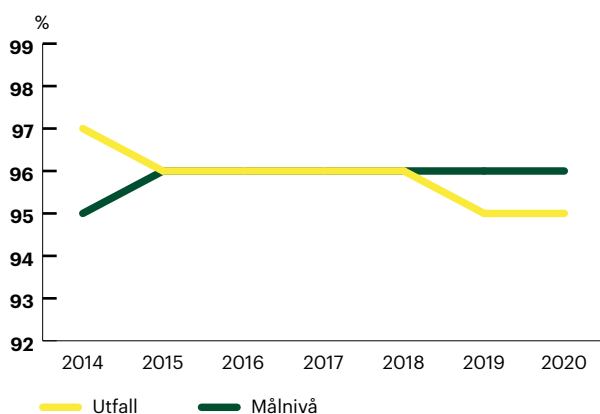
NÖJD KUND INDEX (NKI) – HÅLLBARHET

NKI Hållbarhet är en del av mätningen av NKI som sker tre gånger per år. Resultatet för årets första mätning uppgick till rekordnivån 77 (73) där delfrågan Hållbarhetsarbete miljö uppgick till 77 (73) och Hållbarhetsarbete mänskliga rättigheter till 78 (75). En ny formulering av frågorna påverkar dock jämförbarheten med tidigare år, se definitionerna på sidan 16. För rullande 12 månader uppgick NKI Hållbarhet till 76 (74). Konsekvenser kopplat till Covid-19 redogörs för under Nöjd Kund Index (NKI) ovan.

ÅLDERSKONTROLL

Under andra kvartalet genomfördes 3 755 (3 366) 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 95 (95) procent av dessa köptillfällen.

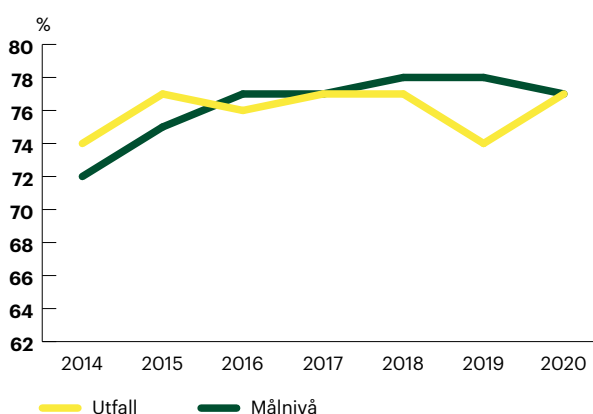
Ålderskontroll



OPINIONSINDEX (OPI)

OPI mäter hur stor andel av Sveriges befolkning som vill behålla Systembolagets ensamrätt till detaljhandelsförsäljning av sprit, vin och starköl. Vid kvartalets mätning uppgick index till 75 (77) procent, vilket är en minskning jämfört med samma kvartal föregående år. Ackumulerat för året uppgick OPI till 77 (78) procent. Resultatet visar på vikten av att fortsätta att kommunicera om den nytta ensamrätten ger upphov till, vilket Systembolaget gör bland annat genom den nya kampanjen *Annorlunda av anledning*.

Opinionsindex



KOLDIOXIDUTSLÄPP FRÅN DRYCKESFÖRPACKNINGAR

Förpackningar står för den största delen av Systembolagets indirekta klimatpåverkan. En basmätning för helåret 2019 gav utfallet 169 219 ton koldioxidkvivalenter. Målet är att utsläppen från dryckesförpackningar ska minska med 10 procent till 2023 jämfört med 2019. Under första halvåret 2020 ser vi dock en ökning, vilket främst förklaras av ökningen i försäljningsvolym totalt sett för Systembolaget jämfört med föregående år och där Covid-19 var den största bidragande orsaken. För att nå utsläppsmålet 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

Nyckeltalet kommer att redovisas på årlig basis och ett utfall kommer att presenteras externt första gången för helåret 2020. Systembolagets mål är att alla transporter av dryck till och från Systembolagets butiker, depåer, ombud och hemleverans, det vill säga inklusive logistiken för e-handeln, ska vara fossilfria till 2030. Till 2023 ska koldioxidutsläppen från transporter ha minskat och transporterna som Systembolaget själv köper in vara fossilfria.

PRESTATIONSKULTUR

Nyckeltalet mäts och presenteras en gång per år. Resultatet publicerades senast i Systembolagets ansvarsredovisning 2019 och uppgick till 82 (82) procent.

TOTAL SJUKFRÅNVARO

Total sjukfrånvaro (rullande 12 månader) uppgick per den sista maj till 5,2 (4,5) procent, vilket är betydligt högre än föregående år. Det är framförallt korttidssjukfrånvaron som ökat jämfört med föregående år. Det är en tydlig effekt av Covid-19 då mars-maj har medfört betydligt högre sjukfrånvaro.

UTLÄNSK BAKGRUND

Nyckeltalet mäts och presenteras en gång per år. Resultatet publicerades senast i Systembolagets ansvarsredovisning 2019 och uppgick till 13 (12) procent.

1. Ytterligare information om Systembolagets strategiska nyckeltal återfinns i Ansvarsredovisning 2019 under rubriken "Systembolagets strategiska plan".

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 juni motsvarar 7 procent. Avkastningen på eget kapital uppgick per den sista juni rullande 12 månader till 22 (11) procent.

Avkastning på eget kapital har sedan föregående år ökat framförallt hänförligt till ett högre bruttoreultat med anledning av en ökad försäljningsvolym.

SOLIDITET

Soliditeten ska enligt ägaranvisningen för helåret uppgå till mellan 20 och 30 procent. Per den sista juni uppgick soliditeten till 22 (25) procent. Den lägre soliditeten beror på en högre balansomslutning.

KOSTNADSEFFEKTIVITET

Nyckeltalet är ett ägarmål som mäts en gång per år. Effektivitetsmättet syftar till att mäta omkostnaderna i förhållande till förändringar i såld kvantitet. Senaste resultatet publicerades i Systembolagets Ansvarsredovisning 2019 och uppgick till 2,4 (2,3).

TOTALKONSUMTION OCH SYSTEMBOLAGETS KONSUMTIONSANDEL

CANs² mätning av total alkoholkonsumtion och Systembolagets konsumtionsandel mäts en gång per år och i mars i år publicerades en preliminär rapport för 2019. Rapporten indikerar att den totala alkoholkonsumtionen i Sverige sjönk med ungefär 1,5 procent jämfört med 2018 och att resandeförseln ökade samtidigt som köp av smugglad alkohol minskade. Systembolagets försäljningsandel ökade med ungefär en procentenhet jämfört med 2018. De små rörelserna jämfört med tidigare år som indikeras av den preliminära rapporten är inte statistiskt säkerställda. Den definitiva rapporten för 2019 publiceras i september 2020.

CAN har även tagit fram en specialrapport där konsumtionen under mars–april i år 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 ökar.

2. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning

ALKOHOLINDEX

Alkoholindex mäts en gång per år och publicerades senast i Systembolagets Ansvarsredovisning 2019. Resultatet som uppgick till 62 (61) visade då en marginell förändring 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. 2020 hamnade 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	apr-jun 2020	apr-jun 2019	jan-jun 2020	jan-jun 2019	helår 2019
Nettoomsättning	9 930	8 509	17 042	15 023	32 211
Rörelseresultat	251	86	169	-5	229
Finansnetto	82	36	-21	56	75
Resultat efter finansiella poster	333	122	148	51	304
Kassaflöde från den löpande verksamheten	1 502	1 033	401	-367	480
Årsarbetare	3 451	3 495	3 380	3 358	3 613

NETTOOMSÄTTNING OCH FÖRSÄLJNINGSVOLYM

För Systembolagets försäljning gäller generellt att den är högre mot veckosluten samt under slutet av varje månad. I samband med Covid-19 har ett ändrat kundbeteende identifierats där kunderna sprider ut sig mer under veckodagarna. De största försäljningstopparna uppstår inför påsk, midsommar, jul och nyår. Därutöver är försäljningen som högst under sommarmånaderna juni till och med augusti.

Nettoomsättning

MSEK	apr-jun 2020	apr-jun 2019	jan-jun 2020	jan-jun 2019	helår 2019
Sprit	2 002	1 604	3 465	2 929	6 363
Vin	4 895	4 371	8 668	7 825	16 771
Starköl	2 555	2 138	4 189	3 652	7 726
Cider och blanddrycker	331	284	490	430	923
Alkoholfritt	51	61	84	95	214
Summa försäljning drycker	9 833	8 458	16 897	14 931	31 997
Övriga varor och tjänster	97	51	145	92	214
Summa intäkter	9 930	8 509	17 042	15 023	32 211

April – juni 2020

Intäkterna under andra kvartalet ökade med knappt 17 procent jämfört med föregående år till 9 930 (8 509) miljoner kronor. Alla varugrupper bortsett från alkoholfritt ökade jämfört med föregående år och det var varugrupperna öl samt sprit som procentuellt ökade mest.

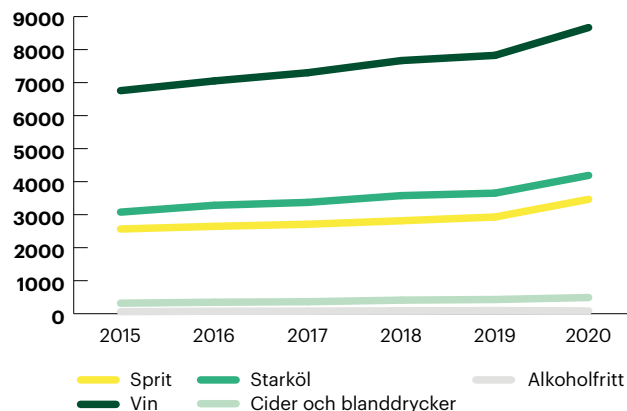
Under samma period ökade försäljningsvolymen med 15 procent till 160,2 (139,6) miljoner liter. Den högre försäljningsvolymen kan till stor del förklaras av att Systembolagets konsumtionsandel ökat då andra inköpskanaler såsom resandeförsel och restauranger och barer varit kraftigt begränsade på grund av Covid-19.

Januari – juni 2020

Intäkterna under det första halvåret ökade med 13 procent jämfört med föregående år till 17 042 (15 023) miljoner kronor. Alla varugrupper bortsett från alkoholfritt ökade jämfört med föregående år och det var varugrupperna öl samt sprit som procentuellt ökade mest.

Under samma period ökade försäljningsvolymen med 11 procent till 270,9 (243,2) miljoner liter. Den högre försäljningsvolymen förklaras av en ökad konsumtionsandel för Systembolaget under Covid-19 enligt ovan.

Nettoomsättning MSEK januari – juni



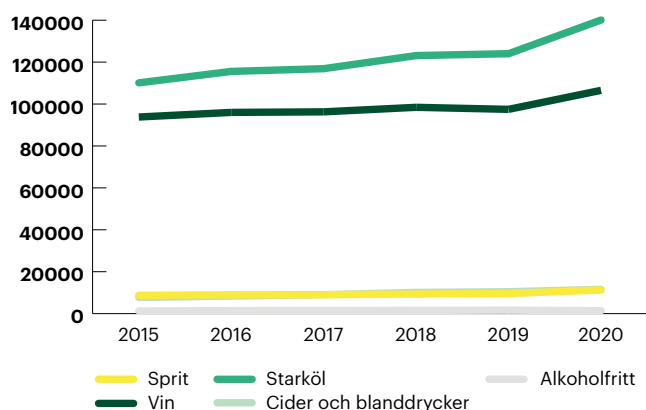
Försäljningsvolym drycker

1 000-tals liter	apr-jun 2020	apr-jun 2019	jan-jun 2020	jan-jun 2019	helår 2019
Sprit	6 539	5 256	11 277	9 583	20 636
Vin	60 257	54 242	106 535	97 467	204 750
Starköl	84 875	72 149	140 101	124 021	260 410
Cider och blanddrycker	7 713	6 873	11 569	10 447	22 349
Alkoholfritt	853	1 034	1 403	1 634	3 719
Summa försäljning drycker	160 238	139 554	270 885	243 152	511 864

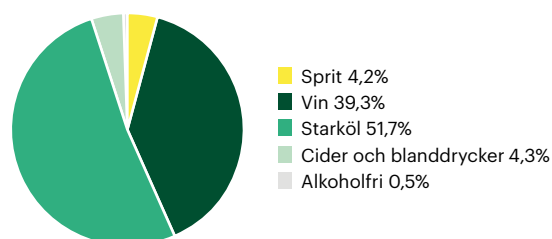
Hela perioden visade på högre försäljningsvolym än föregående år. Covid-19 bidrog tydligt till en ökad försäljning under mars och hela det andra kvartalet. Den ökade försäljningen har även omräknad till liter ren alkohol per capita ökat något jämfört med föregående år.

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 18 procent (1,7 miljoner liter), vilket sannolikt är en effekt av att den svaga svenska kronan minskade resandeförseln i början av året. Under våren minskade resandeförseln ytterligare kopplat till stängda gränser på grund av Covid-19. Starköl ökade med 13 procent (16,1 miljoner liter), vin ökade med 9 procent (9,1 miljoner liter), cider och blanddrycker stod för en ökning med 11 procent (1,1 miljoner liter). Alkoholfritt minskade med 14 procent (0,2 miljoner liter), vilket skulle kunna bero på färre större sammankomster där ett alkoholfritt alternativ vanligtvis erbjuds.

Försäljningsvolym 1000-tals liter januari–juni

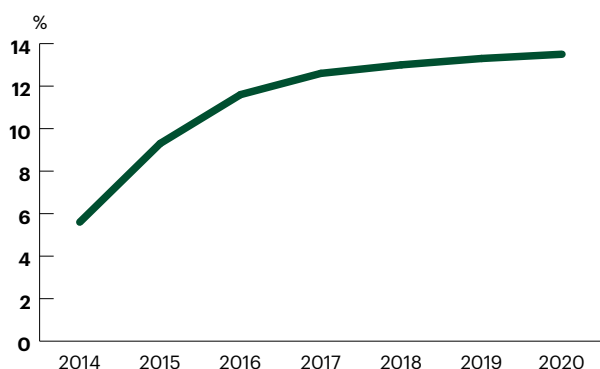


Försäljningsvolym i procent fördelat per varugrupp januari–juni 2020



Försäljningen av ekologiska produkter uppgick under perioden till 36,7 (32,0) miljoner liter vilket motsvarar en ökning på drygt 14 procent jämfört med föregående år. Ekologiska produkter utgjorde 13,5 (13,2) 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 69 procent) och öl, cider och blanddrycker (motsvarande 29 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 61,8 (60,0) miljoner vilket är en ökning med 3 procent jämfört med föregående år. Antalet digitala besök, det vill säga besök på webb och app, ökade med 29 procent och uppgick till 36,6 (28,3) miljoner besök under perioden.

RÖRELSERESULTAT

April–juni 2020

Kvartalets rörelseresultat uppgick till 251 (86) MSEK. Rörelsemarginalen, exklusive alkoholskatt, uppgick till 4,1 (1,6) procent. Ökningen av rörelseresultatet beror på ett ökat bruttoresultat, till följd av en ökad försäljningsvolym som förklaras med omständigheterna på grund av Covid-19. Systembolagets marknadsandel har ökat då andra inköpskanaler varit begränsade.

Kvartalets rörelseresultat påverkades av högre försäljningskostnader, vilka uppgick till 848 (804) MSEK. Det förklaras framförallt av ökade personalkostnader till följd av ökad försäljningsvolym och årlig lönerevision. På grund av Covid-19 har en högre extern bemanning använts för att hjälpa till att täcka upp för ökad korttidssjukfrånvaro samt hjälpa till med slussning i butik för att begränsa antalet kunder samtidigt i butikerna. Ytterligare åtgärder har vidtagits för att minska smittspridningen såsom plexiglas i kassalinjen och kundkommunikation i butikerna om att hålla avstånd, vilket också bidragit till högre försäljningskostnader. Vidare påverkade högre lokalkostnader till följd av fler och större butiker samt en nyöppnad depå som öppnades under andra halvåret 2019. Andelen hembeställning har ökat under andra kvartalet vilket har lett till högre försäljningskostnader i och med ökade kostnader för bland annat frakter.

Administrationskostnaderna ökade jämfört med samma period föregående år och uppgick till 215 (203) MSEK. Ökningen förklaras främst med ökade personalkostnader i form av årlig lönerevision. Vidare förklaras ökningen av ökade kommunikationskostnader i samband med lanseringen av Systembolagets nya koncept *Annorlunda av en anledning*. Även utökade kostnader för IT och e-handel på grund av utveckling av det digitala kundmötet påverkar periodens administrationskostnader.

Januari–juni 2020

Halvårets rörelseresultat uppgick till 169 (-5) MSEK. Rörelsemarginalen, exklusive alkoholskatt, uppgick till 1,6 (-0,1) 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. Detta främst genom en större marknadsandel samt begränsningen av andra inköpskanaler.

Halvårets rörelseresultat påverkades av högre försäljningskostnader, vilka uppgick till 1 627 (1 526) MSEK. Det förklaras framförallt av ökade personalkostnader till följd av ökad försäljningsvolym, årlig lönerevision samt en högre extern bemanning för att täcka upp för en ökad korttidssjukfrånvaro. Vidare påverkade högre lokalkostnader till följd av fler och större butiker, en nyöppnad depå samt till sist indexering av hyror.

Administrationskostnaderna ökade jämfört med samma period 2019 och uppgick till 425 (391) MSEK. Ökningen förklaras främst med ökade personalkostnader i form av årlig lönerevision samt en ökad indexeringskostnad för utförsäkrade pensionärer. Vidare förklaras ökningen av ökade kommunikationskostnader samt utökade kostnader för IT och e-handel på grund av utveckling av det digitala kundmötet.

FINANSNETTO

April–juni 2020

Finansnettot uppgick till 82 (36) MSEK varav 17 (16) MSEK avser utdelning från Systembolagets dotterbolag AB K14 Näckströmsgatan, 8 (6) MSEK avser ränteintäkter från finansiella placeringar och 57 (14) MSEK avser värdeförändringar av finansiella placeringar. Orsaken till det ökade finansnettot var framförallt värdeförändringar i Systembolagets placeringar. Marknadsvärdena för Systembolagets placeringar utvecklades kraftigt negativt under första kvartalet i samband med det globala utbrottet av Covid-19 som skakade marknaden. Under andra kvartalet har Systembolagets portfölj delvis återhämtat sig.

Januari–juni 2020

Finansnettot uppgick till -21 (56) MSEK varav 17 (16) MSEK avser utdelning från Systembolagets dotterbolag AB K14 Näckströmsgatan, 16 (12) MSEK avser ränteintäkter från finansiella placeringar och -54 (28) MSEK avser värdeförändringar av finansiella placeringar. De negativa värdeförändringarna i Systembolagets portfölj var ett resultat av en osäkerhet i marknaden och det ekonomiska läget på grund av Covid-19. Systembolaget har en portfölj som utgörs av en blandning av räntebärande värdepapper med låg risk.

RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER

April–juni 2020

Kvartalets resultat efter finansiella poster uppgick till 333 (122) MSEK.

Januari–juni 2020

Halvårets resultat efter finansiella poster uppgick till 148 (51) MSEK.

KASSAFLÖDE

April–juni 2020

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 1 502 (1 033) MSEK. På grund av en högre försäljningsvolym är både förändringen av varulager och förändringen av leverantörsskulder högre jämfört med samma period föregående år. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till 245 (-342) MSEK, varav -28 (-20) MSEK främst avser ny- och ombyggnation av butiker, och 273 (-322) MSEK avser nettoförändring av finansiella placeringar, vilket är ett resultat av avyttringar av värdepapper för att minska risken i portföljen. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -223 MSEK, vilket främst avser utdelning till ägaren om 240 MSEK.

Januari–juni 2020

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 401 (-367) MSEK. På grund av en högre försäljningsvolym är både förändringen av varulager och förändringen av leverantörsskulder högre jämfört med samma period föregående år. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till 394 (197) MSEK, varav -59 (-39) MSEK främst avser ny- och ombyggnation av butiker, och 453 (236) MSEK avser nettoförändring av finansiella placeringar. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -223 MSEK, vilket främst avser utdelning till ägaren om 240 MSEK.

ÅRSARBETARE

April–juni 2020

Årsarbetare uppgick till 3 451 (3 495) under andra kvartalet. En ökad korttidssjukfrånvaro i samband med Covid-19 minskade måttet årsarbetare, då frånvaro ej inkluderas i måttet. Samtidigt ser vi en ökning av årsarbetare på grund av högre försäljningsvolym, att fler butiker har öppnats samt satsningar inom e-handel och andra utvecklingsprojekt som medfört nyrekryteringar. Under andra kvartalet har extern bemanning använts i högre utsträckning för att täcka upp för korttidssjukfrånvaron. Jämfört med andra kvartalet föregående år har antalet årsarbetare sammantaget minskat med 44 personer.

Januari–juni 2020

Årsarbetare uppgick till 3 380 (3 358) under halvåret. Den ökade korttidssjukfrånvaron under andra kvartalet påverkar även utfallet för halvåret, med en minskning av årsarbetare. Dock dämpas minskningen av nyrekryteringar på grund av högre försäljningsvolym, fler butiker, en ny depå samt satsningar inom e-handeln. Jämfört med första halvåret föregående år har antalet årsarbetare ökat med 22 personer.

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 och handlar om det pågående utbrottet av Covid-19, 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 1,5 (1,0) MSEK.

AB K14 Näckströmsgatan förvaltar Systembolagets rörelsefastighet. Periodens resultat före skatt uppgick till 10,8 (9,1) MSEK. Resultatet är främst hänförligt till koncern-interna hyresintäkter.

Väsentliga händelser efter balansdagen

Inget väsentligt finns att rapportera.

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar härmed att halvårsrapporten 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 juli 2020
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
Arbetsstagarrepresentant

Maria Nilsson
Arbetsstagarrepresentant

Magdalena Gerger
Verkställande direktör

Delårsrapporten har inte varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

Resultaträkning i sammandrag, Systembolaget AB

MSEK	Not	apr-jun 2020	apr-jun 2019	jan-jun 2020	jan-jun 2019	helår 2019
Nettoomsättning		9 930	8 509	17 042	15 023	32 211
Kostnad för sålda varor		-8 617	-7 418	-14 823	-13 115	-28 092
Bruttoresultat		1 313	1 091	2 219	1 908	4 119
Försäljningskostnader	2, 3	-848	-804	-1 627	-1 526	-3 121
Administrationskostnader	2, 3	-215	-203	-425	-391	-779
Övriga rörelseintäkter		1	2	2	4	12
Övriga rörelsekostnader		0	0	0	0	-2
Rörelseresultat		251	86	169	-5	229
Finansnetto		82	36	-21	56	75
Resultat efter finansiella poster		333	122	148	51	304
Periodiseringsfond		-	-	-	-	-
Resultat före skatt		333	122	148	51	304
Skatt		-68	-23	-29	-8	-64
Periodens resultat		265	99	119	43	240

Balansräkning i sammandrag, Systembolaget AB

MSEK	Not	2020-06-30	2019-06-30	2019-12-31
Anläggningstillgångar				
Materiella tillgångar		442	448	467
Finansiella tillgångar		2 397	2 869	2 839
Summa anläggningstillgångar		2 839	3 317	3 306
Omsättningstillgångar				
Varulager		1 456	1 203	1 040
Fordringar		186	239	201
Kortfristiga placeringar		49	80	106
Kassa och bank		2 026	692	1 454
Summa omsättningstillgångar		3 717	2 214	2 801
Summa tillgångar	4	6 556	5 531	6 107
Eget kapital				
Bundet eget kapital		432	432	432
Fritt eget kapital		1 010	934	1 131
Summa eget kapital		1 442	1 366	1 563
Obeskattade reserver				
Periodiseringsfond		25	25	25
Summa obeskattade reserver		25	25	25
Avsättningar				
Långfristiga avsättningar		104	85	92
Summa avsättningar		104	85	92
Skulder				
Långfristiga skulder		98	99	112
Kortfristiga skulder		4 887	3 956	4 315
Summa skulder	4	4 985	4 055	4 427
Summa eget kapital och skulder		6 556	5 531	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				119	119
Utdelning till ägaren			-240		-240
Utgående eget kapital 2020-06-30	360	72	891	119	1 442

Kassaflödesanalys i sammandrag, Systembolaget AB

MSEK	apr-jun 2020	apr-jun 2019	jan-jun 2020	jan-jun 2019	helår 2019
Den löpande verksamheten					
Resultat före skatt	333	122	149	51	304
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	-17	32	141	72	138
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital					
Förändring av varulager	-136	-83	-417	-127	36
Förändring av fordringar	-21	-36	11	-34	-24
Förändring av skulder	1 383	1 059	546	-253	110
Förändring av fordringar/skulder koncernbolag	-16	-34	-3	-22	17
Kassaflöde från den löpande verksamheten efter förändring av rörelsekapitalet	1 526	1 060	427	-313	581
Betald skatt	-24	-27	-26	-54	-101
Kassaflöde från den löpande verksamheten	1 502	1 033	401	-367	480
Investeringsverksamheten					
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-28	-20	-59	-39	-134
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	-	-	-	-	0
Netto av finansiella tillgångar	273	-322	453	236	246
Kassaflöde från investeringsverksamheten	245	-342	394	197	112
Finansieringsverksamheten					
Utdelning från AB K14 Näckströmsgatan	17	16	17	16	16
Utdelning till ägaren	-240	-180	-240	-180	-180
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-223	-164	-223	-164	-164
Periodens kassaflöde	1 524	527	572	-334	428
Likvida medel vid periodens början	502	165	1 454	1 026	1 026
Likvida medel vid periodens slut	2 026	692	2 026	692	1 454

Kvartalsöversikt, Systembolaget AB

MSEK	apr-jun 2020	apr-jun 2019	jan-mar 2020	jan-mar 2019
Nettoomsättning	9 930	8 509	7 111	6 514
Bruttoresultat	1 313	1 091	905	817
Försäljningskostnader	-848	-804	-780	-722
Administrationskostnader	-215	-203	-207	-188
Rörelseresultat	251	86	-81	-91
Kvartalets resultat	265	99	-146	-56
Soliditet %	26	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 under perioden.

NOT 2 PERSONALKOSTNADER

Ackumulerat under det första halvåret uppgick de totala personalkostnaderna till 1 161 (1 085) MSEK. Lönekostnaderna har ökat jämfört med första halvåret 2019, främst som en följd av en ökad försäljningsvolym, den årliga lönerrevisionen, en ökad indexeringskostnad för utförsäkrade pensionärer, öppnandet av en ny depå, fler butiker samt nyrekryteringar till följd av satsningar inom bland annat e-handel.

NOT 3 AVSKRIVNINGAR

MSEK	apr-jun 2020	apr-jun 2019	jan-jun 2020	jan-jun 2019	helår 2019
Byggnader och mark	0	0	1	1	2
Materiella anläggnings- tillgångar	37	38	75	75	148
Immateriella tillgångar		0			-
Summa avskrivningar	37	38	76	76	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 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 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 ägaravisningen 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 ägaravisningen 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 ägaravisningen 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 ägaravisningen för Systembolaget.

Avkastning på eget kapital

MSEK	apr-jun 2020	apr-jun 2019	jan-jun 2020	jan-jun 2019	helår 2019
Periodens resultat, rullande 12 månader, MSEK	-	-	317	156	240
Genomsnittligt justerat eget kapital ¹	-	-	1 425	1 400	1 552
Avkastning på eget kapital	-	-	22%	11%	15%

Kostnadseffektivitet

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

Rörelsemarginal

MSEK	apr-jun 2020	apr-jun 2019	jan-jun 2020	jan-jun 2019	helår 2019
Nettoomsättning inkl alkoholskatt	9 930	8 509	17 042	15 023	32 211
Nettoomsättning exkl alkoholskatt	6 083	5 220	10 397	9 137	19 740
Alkoholskatt	3 847	3 289	6 645	5 886	12 471
Rörelseresultat	251	86	169	-5	229
Rörelsemarginal exklusive alkoholskatt	4,1%	1,6%	1,6%	-0,1%	1,2%
Rörelsemarginal inklusive alkoholskatt	2,5%	1,0%	1,0%	0,0%	0,7%

Soliditet

MSEK	apr-jun 2020	apr-jun 2019	jan-jun 2020	jan-jun 2019	helår 2019
Balansomslutning	6 556	5 531	6 556	5 531	6 107
Justerat eget kapital ²	1 464	1 386	1 464	1 386	1 583
Soliditet	22%	25%	22%	25%	26%

1. Genomsnittligt justerat eget kapital

MSEK	apr-jun 2020	apr-jun 2019	jan-jun 2020	jan-jun 2019	helår 2019
Eget kapital	1 444	1 366	1 444	1 366	1 563
Periodiseringsfond	25	25	25	25	25
Schablonskatt för obeskattade reserver	21,4%	21,4%	21,4%	21,4%	21,4%
² Justerat eget kapital	1 464	1 386	1 464	1 386	1 583
Justerat eget kapital samma period föregående år	1 386	1 414	1 386	1 414	1 522
Genomsnittligt justerat eget kapital	1 425	1 400	1 425	1 400	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

Systembolaget förbereder för att mäta koldioxidutsläpp från distribution på årlig basis, och ett första utfall uttryckt i ton koldioxidequivivalenter kommer att presenteras för helåret 2020 efter årsskiftet. 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 transporterna som Systembolaget själv köper in vara fossilfria.

KOLDIOXIDUTSLÄPP FRÅN DRYCKESFÖRPACKNINGAR

Systembolaget kommer från och med 2020 rapportera 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 koldioxidequivivalenter.

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?
- Hur pass nära eller långt ifrån ett ideal tycker du att Systembolagsbutiken ligger?

Kundernas svar, som anges på en skala från 1 till 10, omräknas till ett tal mellan 10 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.

- 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.

Ovan påståenden är omformulerade inför 2020 och var tidigare:

- Systembolaget tar ett stort ansvar när det gäller arbetet med att skydda miljön.
- Systembolaget tar ett stort 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 monoopolet för försäljning av starköl, vin och sprit. Intervjupersonerna får ta ställning till frågan:

- Tycker du att man ska behålla Systembolaget och monoopolet 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 Sverige genomfördes undersökningen 2020 via webbintervjuer med 21 640 svenska konsumenterna 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. I arbetad tid ingår inte tjänstledighet, föräldraledighet, sjukfrånvaro och kompensationsledighet.



Magdalena Gerger
Verkställande direktör
Telefon 08-503 310 25



Charlotte Hansson
Ekonomidirektör
Telefon 08-503 303 75

Kommande rapporttillfällen

23 oktober 2020 Delårsrapport januari–september 2020
15 februari 2021 Bokslutskommuniké 2020

Systembolaget AB

Organisationsnummer: 556059-9473

Postadress: 103 84 Stockholm

Besöksadress: Kungsträdgårdsgatan 14

Telefon: 08-503 300 00

Fax: 08-503 310 00

Hemsidaadresser: systembolaget.se och
omsystembolaget.se