

Ansvarsredovisning 2009

Med finansiell rapportering



Detta är Systembolaget

Omsorg om folkhälsan

Systembolagets uppdrag baserar sig på omsorgen om folkhälsan. Visionen är att skapa ett samhälle där alkohol- drycker njuts med omsorg om hälsan så att ingen tar skada. Systembolaget bidrar med kunskap, både när det gäller dryckernas smak och användningsområden och deras påverkan på hälsan och inspirerar därigenom till medvetna dryckesval och ett hälso- samt förhållningssätt till alkohol.



Ansvar i flera dimensioner

Vår verksamhet påverkar vår omvärld både inom och utanför Sveriges gränser. För Systembolaget är det därmed viktigt och självklart att ta ett socialt, miljömässigt och etiskt ansvar i relationerna med våra intressenter. Vi använder CSR, Corporate Social Responsibility, som ett samlande begrepp för detta. En viktig del i det arbetet är att arbeta för en socialt och miljömässigt hållbar dryckesleverantörskedja.



Kunniga medarbetare

En förutsättning för ansvarsfull försäljning och nöjda kunder är kompetenta och engagerade medarbetare. Vår ledande för att Systembolagets 4744 medarbetare ska kunna genomföra sitt ansvarsfulla uppdrag är tre kärnvärden – omtanke, kunskap och inspiration. För sin varukunskap och rådgivning får våra medarbetare toppbetyg av kunderna.

Erbjudande med bredd

Utbudet av varor i Systembolagets butiker är brett och kvalitetstestet. Det fasta sortimentet består av totalt cirka 2200 artiklar. Dessutom lagerför leverantörerna cirka 7000 artiklar som finns tillgängliga för beställning i alla butiker. 2009 lanserades 1725 nya varor. Hela inköpsprocessen sker märkesneutralt och är kvalitetscertifierad.



Service över hela landet

Systembolaget har 412 butiker och mer än 500 ombud på mindre orter. Ombuden lagr- håller inga varor utan sortimentet finns tillgängligt för beställning.



Vårt uppdrag:

Bidra till att begränsa alkoholens skadeverkningar.

Vår vision:

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

Vår affärsidé:

Att med ansvar och bästa service sälja alkoholdrycker och ge kunskap om alkohol och hälsa.

Vår sfär av intressenter

De olika intressenterna ställer krav på Systembolagets verksamhet utifrån sina respektive utgångspunkter. Kraven varierar sinsemellan och även över tid. För att hålla oss uppdaterade med intressenternas förväntningar, önskemål och krav har vi hela tiden en levande dialog med dem.

Dialoger med intressentgrupper sker bland annat i form av möten, seminarier, elektronisk omvärldsbevakning samt analyser. Exempel på detta är Systembolagets årsstämma som är öppen och även tillgänglig på webben. Under 2009 hade vår rya vd ett telefonväkteri där alla hade möjlighet att framföra synpunkter på vår verksamhet.

Löpande dialoger

Opinionsindex (OPI) som mäts månatligen redovisar nöjdheten med Systembolaget, såväl generellt bland medborgarna som specifikt hos kunderna. Dialog med leverantörer och branschorganisationer sker löpande samt vid flera återkommande branschträffar. Den viktigaste dialogen med kunderna sker dagligen i butikerna genom de över 100 miljoner årliga kundbesöken. Kunderna möter också Systembolaget via företagets kundtjänst, genom telefon eller e-post. Den årliga Nöjd-Kund-Index-undersökningen (NKI) ger cirka 60 000 kunder möjlighet att släta betyg, både på sin specifika systembutik och Systembolaget generellt. Medarbetarna ger årligen sin syn på arbetsuppgifter, utvecklingsmöjligheter samt Systembolaget som helhet.

Ägarens uppdrag styr

Det alkoholpolitiska uppdraget är grunden och kärnan i vår existens. Utöver detta ska Systembolaget kontinuerligt effektivisera verksamheten så att utrymme skapas för utveckling och förnyelse. Ansvarsfrågorna ska vara integrerade i företagskulturen och verksamhetsstyrningen.

Samhällets krav

Systembolagets verksamhet ska bedrivas på ett socialt, etiskt och miljömässigt hållbart sätt. Vi ska dessutom ta ett vidgat ansvar för vårt alkoholpolitiska uppdrag genom alkoholfreebyggande samarbeten och tydlig information om alkoholens skadeverknningar.

Kundernas upplevelser

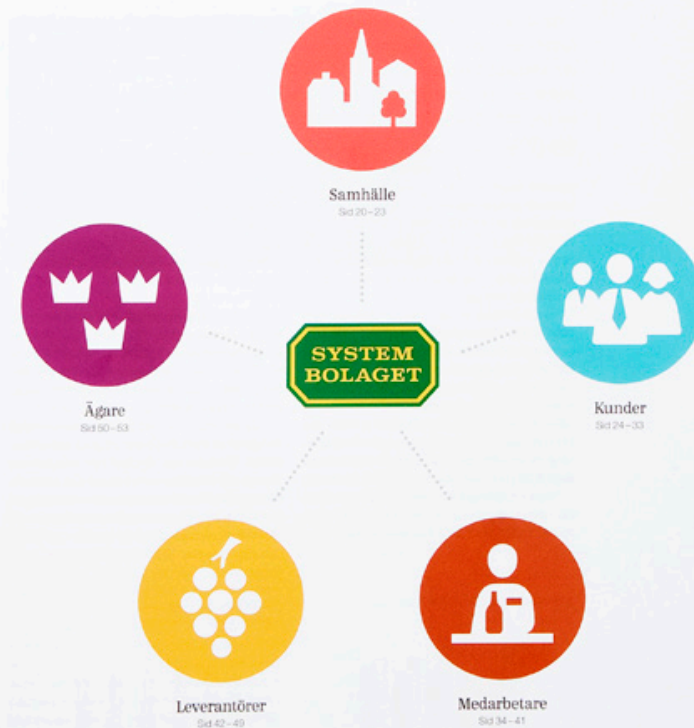
Systembolaget ska av kunderna uppfattas som en ledande detaljhandelskedja vad avser sortiment, kunnande, service och ansvar. Vi arbetar aktivt med frågor som ekologiskt odlade produkter, alkoholfria alternativ, miljövänliga transporter och restproduktshantering.

Kompetenta medarbetare

Välutbildade och engagerade medarbetare är en förutsättning för ansvarsfull försäljning och nöjda kunder. För att behålla och rekrytera kompetenta medarbetare och goda ambassadörer arbetar Systembolaget aktivt med mångfald, jämställdhet, arbetsvillkor och arbetsmiljö.

Ansvarsfulla leverantörer

Systembolaget är en stor inköpsaktör vilket innebär ett särskilt ansvar vad gäller ett neutralt produkturval. Det ger oss också en unik möjlighet att påverka dryckesindustrin i hållbar riktning. Vi bedriver ett arbete med de nordiska alkoholmonopolen, leverantörer och producenter för att säkerställa att de alkoholdrycker som säljs i våra butiker är producerade och hanterade på ett sätt som tar ansvar för både människor och miljö.



Olika roller, olika profiler

Varje medarbetare i Systembolaget har en roll i företaget. För närvarande finns nästan 100 definierade roller. Varje roll tydliggör vad som förväntas av den som har rollen. Profilen används som kravspecifikation vid rekrytering. Men framför allt ligger den till grund för de årliga utvecklingssamtalen mellan chef och medarbetare och den individuella kompetensutvecklingen.

I vår verksamhetsplanering tas årligen ett styrande dokument i form av en kompetensplan fram. Den är direkt kopplad till de strategiska målen i bolagets styrkort. Planen innehåller ledningens prioriteringar, samt konkreta mål och uppföljningspunkter.

Investering i kompetens

Kompetensutveckling inom Systembolaget syftar till att bidra till att varje medarbetare löser sitt uppdrag så att företaget når sina mål. Chefernas roll är att leda och coacha så att medarbetarna når sin möjliga kompetens i relation till den egna rollen. Den enskilde medarbetaren



ansvarar själv för sitt lärande. Systembolaget erbjuder nödvändigt stöd och ett behovsprövat utbud av lärande.

Vid de årliga utvecklingssamtalen mellan chef och medarbetare bestäms behovet av kompetensutveckling och därefter definieras gemensamt en utvecklingsplan för det kommande året.

Ettårig introduktion av nya medarbetare

Introduktionen av nya medarbetare sker utifrån en systematik som bygger på uppdrag och rollprofil. Introduktionsprogram för de två dominerade rollerna, försäljare och butikschef, löper över 12 månader och är uppdelat i två perioder.

Under första halvåret sker introduktionen via läraaktiviteter och omfattande checklistor för att den nyanställda efter sex månader ska "klara jobbet". För de följande sex månaderna finns ett utbud av läraaktiviteter där chef och medarbetare gemensamt utifrån kraven i rollen beslutar om vilka aktiviteter som är lämpliga. Utbudet är indelat i vruktunskap, verksamhetskunskap och ledarskap, totalt finns cirka 40 olika utbildningar. Efter ett år ska varje medarbetare kunna fylla sin rollprofil.

En verktygslåda för kompetensutveckling

Sedan ett par år tillbaka har Systembolaget en gemensam verktygslåda för att på ett strukturerat och organiserat sätt arbeta med kompetensutveckling inom organisationen. Denna verktygslåda kallas för KORUS.

Målet är att alla medarbetare ska omfattas av ett gemensamt arbetssätt från det att de rekryteras till dess att de lämnar företaget.

KORUS innefattar flera verktyg – kompetensbibliotek med beskrivningar av de kompetenser som en medarbetare ska besitta, rollprofiler för alla roller, intervjufrågor kopplade till rollen vid anställningsintervjuer, läraaktiviteter, med mera.

Fokus på medarbetarsamtal

Systembolagets medarbetarsamtal kallas för FOKUS (Framtid Och Kompetens Utvecklings Samtal). Vid dessa följs de individuella målen och de kompetenser som

tillhör rollen upp och värderas, ambitionen för framtiden diskuteras och en ny utvecklingsplan görs upp för kommande period. FOKUS genomförs varje år.

Under 2009 hade 80 (71) procent av Systembolagets medarbetare medarbetarsamtal med sin chef.

Projektet LÄRA

För att säkerställa att KORUS realiserar och får genomslagskraft i praktiken startade projektet LÄRA under hösten 2007. Det hade till syfte att förnya och utveckla Systembolagets utbildningsverksamhet och sättet att lära.

Målet för arbetet i LÄRA var att bidra till att Systembolaget har kompetenta och engagerade medarbetare som via eget ansvar och aktivt lärande hela tiden utvecklar sin kompetens efter omvärldens krav. Kompetensutveckling utifrån rollen och medarbetarens behov

sker främst genom interna utbildningar, men kan också ske genom extern utbildning som bekostas av Systembolaget. I anslutning till detta inleddes under 2008 ett utbildningsprogram för att utveckla Systembolagets chefer i att leda lärande och kompetensutveckling. Denna utbildning har fortsatt med en tvådagars träning för alla chefer under 2009.

IT-stöd i kompetensarbetet

Under 2009 introducerade Systembolaget ett nytt IT-hjälpmiddel som stöd i kompetensarbetet. Medarbetare och chefer har fått en kompetensportal för att dokumentera medarbetarsamtal, boka utbildning och inventera kompetensbehov.





Kunder

Det goda kundmötet

Systembolagets medarbetare ska upplevas som kunniga och serviceinriktade. De ska med kunskap och omtanke bidra till att kunderna gör medvetna val av alkoholdrycker. Utgångspunkten för vårt goda kundmöte är vårt ansvarstagande som syftar till att skapa ett sunt förhållningssätt till alkohol, utan att skuldbelägga drickandet i sig. Att utveckla relationen med kunderna är ett ständigt pågående arbete i Systembolaget.



"Det bästa med Systembolaget är spridningen av butiker och smaker över hela landet. Det är i princip möjligt att handla ett bra vin var du än befinner dig. Personalens kunskap är generellt också hög, det som kan bli bättre är utbildning och snabbare uppdatering av produkterna. Dåligt för det att det ibland går trång och lågman till exempel med internethandel och hantering av beställningslistor."

Gunnelle Holgersson, Kundchef

Under 2009 gjordes 114 miljoner kundbesök i Systembolagets butiker. Det är det högsta antalet någonsin och en ökning med drygt 5 procent från 2008. Trenden under senare år är att kunderna besöker våra butiker oftare men att de totalt köper ungefär lika mycket som tidigare.

Allt nöjdare kunder

Varje år genomförs en stor kundundersökning Nöjd-Kund-Index (NKI) av ett fristående undersökningsföretag. Över 60 000 kunder tillfrågas och får möjlighet att sätta betyg på Systembolaget, dess butiker och medarbetare.

NKI ökade under 2009, för femte året i rad, med en enhet till 78. Ingen kvalitetsparameter försämrades. Systembolagets medarbetare är det område som får högst betyg i dessa mätningar. Personalen anses vara kunnig inom områdena mat och dryck samt ger kunderna god service.

Varje butikschef får ta del av undersökningsresultatet för sin butik. Detta tjänar som ett underlag för det fortsatta förbättringsarbetet. Kvalitetsutveckling är en ständigt pågående process inom Systembolaget och berör alla medarbetare.

I samma undersökning får kunderna också jämföra sin systembutik med den dagligvarubutik de handlar i. Systembolaget befäste sin ställning som ett av landets bästa detaljhandelsföretag. Systembolagets betyg blev åtta enheter bättre än den dagligvarubutik som får näst bästa betyg. Systembutiken får högre betyg

på sortiment, butik och personal. Det är ban och betyget på prisvärde som är lägre.

Vårt samhällsansvar betyder mycket för hur nöjda våra kunder är med Systembolaget. Enligt kundundersökningen har Systembolaget stort utvecklingspotential när det gäller sortiment, utbud och samhällsansvar.

"Kundmötesmätning" i 200 butiker

Som ett komplement till NKI-mätningarna genomför Systembolaget varje år en separat "kundmötesmätning". Ett utomstående undersökningsföretag gjorde under året 2 500 besök i 200 av Systembolagets största självbetjäning-butiker för att skapa en bild av kundens upplevelse av såväl den enskilda butiken som Systembolaget i stort. Tolv gånger per år och butik bedöms butik, kundmöte och kassa, med fokus på möjligheter till förbättringar. Resultatet är bra för de flesta butikerna och ligger i linje med omdömena i NKI-mätningarna. Från 2010 kommer den separata kundmötesmätningen att göras i alla självbetjäning-butiker.

Kampanjer i butik

I fyra kampanjperioder, som följer årstiderna, kommunicerar Systembolaget varje år om hur man kan kombinera mat och dryck. Dessa kampanjer ligger i linje med vår filosofi att bidra till en bra dryckeskultur. Vi har också ständigt pågående aktiviteter – i anslutning till kassalinjerna – för att belysa förhållandet alkohol och hälsa.



Kunder



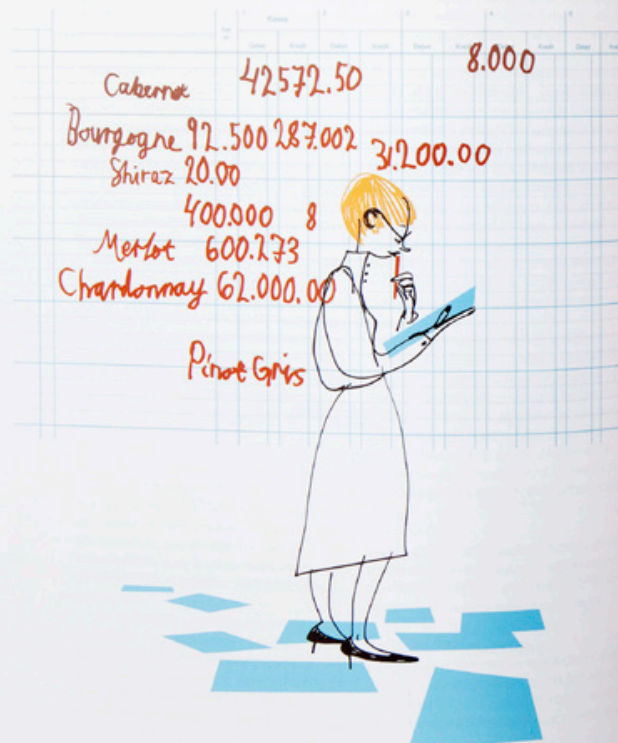
Tydliga regler

En viktig del i kundmötet är att leva upp till försäljningsreglerna. Vi ska inte sälja till någon som är under 20 år, inte till någon som är märkbart påverkad eller till någon vi misstänker langar varorna. Detta kommuniceras löpande i butikerna, på webben, i tv och på bio. De mätningar som gjordes under 2009 visar att vår ålderskontroll aldrig varit bättre. När kunderna bedömer oss ser de ålderskontrollen och vårt ansvarstagande som en viktig del i vår service.

Årets butik

En intern drivkraft i arbetet med att utveckla det goda kundmötet är att "årets butik" inom Systembolaget korus varje år. Tävlingen sker i flera steg och i en slutlig final utses en segrare. Årets butik 2009 blev butiken i Ersboda, Umeå.

Årsredovisning



Förvaltningsberättelse

Styrelsen och verkställande direktören för Systembolaget AB, org nr 556059-9473, får härmed avge årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 2009.

Verksamhet

Systembolaget AB är ett statligt ägt aktiebolag som bedriver detaljhandelsförsäljning av spritdrycker, vin och starköl i Sverige. Systembolagets uppdrag är att bidra till att begränsa alkoholskadeverklningar. Detaljhandelsmonopolets viktigaste roll är att hålla nere den totala alkoholkonsumtionen genom att begränsa tillgängligheten till alkohol via kontroll av butiksnät och öppettider. Verksamheten styrs inte av vinstintresse och Systembolaget driver inte merförsäljning. Verksamheten bedrivs via 412 butiker i 288 av Sveriges 290 kommuner. Utöver butikerna finns 508 ombud runt om i Sverige, där kunderna kan beställa varor för avhämtning.

Koncernens verksamhet bedrivs i Systembolaget AB och de helägda dotterbolagen Lagena Distribution AB, IQ-initiativet AB samt AB K14 Näckströmsgatan. Lagena Distribution AB lagrar och distribuerar alkoholfria drycker i landet. IQ-initiativet AB arbetar med information och opinionsbildning för att förebygga och minska alkoholerelaterade skador. AB K14 Näckströmsgatan förvaltar Systembolagets rörelsefastigheter.

Systembolaget AB ägs till 100 procent av den svenska staten. Antalet aktier är 360 000.

Väsentliga händelser under räkenskapsåret

Opinionsindex, som mäts varje månad, har 2009 ökat till 66 procent från 49 procent 2001. Opinionsindex för Systembolagets detaljhandelsmonopol har aldrig varit så starkt som under 2009. Systembolagets utförande av sitt sociala uppdrag är det viktigaste skälet till att medborgarna önskar behålla Systembolaget.

Arbetet med att säkerställa att personer under 20 år inte kan handla alkohol är fortsatt framgångsrikt. Ålderskontrollen följs upp med externa kontrollköp. Under 2009 begärdes legitimation i 93 procent av kontrollköpen, vilket överstiger målsättningen på 91 procent. Utfallet 2009 är 3 procentenheter bättre än föregående år.

Hösten 2009 startade pilotdrift av en beställningstjänst på Systembolagets webbplats. Målet med beställningstjänsten är att förenkla och förbättra service och tillgänglighet för delar av sortimentet. Under 2010 ska beställningstjänsten utökas och integreras med en ny webbplats som lanseras inom projektet E-service.

Under 2009 har den nordiska utförandekoden för dryckesleverantörer vidareutvecklats. En dialog har även påbörjats med dryckesleverantörerna om CSR generellt.

I december upphävde Svea Hovrätt den skiljedomen som meddelats den 12 mars 2008 mellan VGS Vin & Spirit AB och Systembolaget. Intäkter hänförliga till skiljedomen har bokförts i resultatet under 2009.

Försäljning

Systembolaget sålde 448,9 (417,3) miljoner liter drycker under 2009. Det är en ökning med 7,9 procent jämfört med 2008. Mätt i ren alkohol ökade försäljningen med 7,8 procent. Den största volymökningen hänförelse till varagrupperna vin och starköl som ökade med 9,0 respektive 6,9 procent. Intäkterna uppgick under 2009 till 23 360 (21 296) MSEK, en ökning med 9,7 procent.

Försvagningen av den svenska kronan har ökat Systembolagets försäljning. Svenskar åker i mindre utsträckning utomlands för att handla alkohol samtidigt som gränshandeln från våra nordiska grannländer ökar. Den totala alkoholkonsumtionen uppgick enligt SoRADs mätningar 2009 till 9,4 liter per invånare 15 år och över.

Utvecklingen med gradvis fallande konsumtion drivs av påtagligt minskande införsel är positiv ur ett folkhälsoperspektiv. Den andel av alkoholen som konsumeras i Sverige och som är inköpt på Systembolaget är nu den högsta sedan SoRAD inledde sina mätningar i mitten av 1990-talet.

Resultat

Rörelseresultatet för 2009 uppgick till 394 (135) MSEK vilket är en ökning med 259 MSEK. Bruttoresultatet ökade med 9,7 procent till 2 961 (2 699) MSEK. Handelsmarginalen inklusive alkoholskatt uppgick till 12,7 (12,7) procent. Försäljningskostnaderna ökade till 2 255 (2 146) MSEK och utgörs främst av ökade pen-

Resultaträkning, moderbolaget

MSEK	Not	2009	2008
Nettoomsättning	2	23 360	21 296
Kostnad för sålda varor		-20 399	-18 507
Bruttoresultat		2 961	2 689
Försäljningskostnader	4-6	-2 220	-2 244
Administrationskostnader	4-6	-366	-436
Övriga rörelseintäkter	3	53	2
Övriga rörelsekostnader	7	-4	-8
Rörelseresultat		424	6
Intäkter från andelar i koncernbolag	9	41	600
Intäkter från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar	9	65	95
Räntesintäkter	9	2	11
Räntesintäkter från koncernbolag	9	2	10
Räntekostnader	9	-1	-2
Räntekostnader till koncernbolag	9	0	0
Resultat efter finansiella poster		533	723
Skatt	10	-127	-36
Årets resultat	11	406	687

Balansräkning, moderbolaget

MSEK	Not	09-12-31	08-12-31
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade utgifter	13	121	101
Summa immateriella anläggningstillgångar		121	101
Materiella anläggningstillgångar			
Byggnader och mark	12	43	37
Inventarier och installationer	12	879	704
Pågående nyanläggningar	12	57	169
Summa materiella anläggningstillgångar		979	940
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernbolag	11	15	16
Fordringar hos koncernbolag	11	87	113
Uppskjutna skattefordringar	30	25	24
Andra långfristiga värdepappersinnehav	15	1 057	1 008
Andra långfristiga fordringar	15	12	12
Summa finansiella anläggningstillgångar		1 196	1 172
Summa anläggningstillgångar		2 296	2 213

MSEK	Not	09-12-31	08-12-31
Omsättningstillgångar			
Varulager	16	680	786
Fordringar			
Kundfordringar		8	7
Fordringar hos koncernbolag	11	49	7
Skattefordringar		-	39
Övriga fordringar		0	10
Förbetalda kostnader och upplupna intäkter	23	82	48
Summa fordringar		139	111
Kortfristiga placeringar	15	42	334
Kassa och bank	15	1 762	1 167
Summa omsättningstillgångar		2 623	2 398
SUMMA TILLGÅNGAR	11	5 119	4 611

MSEK	Not	09-12-31	08-12-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	18		
Bundet eget kapital		360	360
Aktiekapital		72	72
Reservfond		432	432
Summa bundet eget kapital		432	432
Fritt eget kapital		753	267
Balanserat resultat		406	687
Årets resultat		1 159	954
Summa fritt eget kapital		1 591	1 306
Summa eget kapital		1 591	1 306

Avsättningar			
Långfristiga avsättningar	14/19	74	72
Kortfristiga avsättningar	19	9	9
Summa avsättningar		83	81
Långfristiga skulder			
Långfristiga skulder till koncernbolag	11	1	-
Långfristiga skatteskulder	10	22	18
Summa långfristiga skulder		23	18
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		3 045	2 809
Kortfristiga skulder till koncernbolag	11	2	21
Skatteskulder		49	-
Övriga skulder		162	126
Övriga skulder		164	170
Upplypna kostnader och förutbetalda intäkter	24	3 422	3 126
Summa kortfristiga skulder		5 119	4 611
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	11		

POSTER INOM LINJEN			
Stälda säkerheter och ansvarsförbindelser	20	6	6
Stälda pantar		9	11
Ansvarsförbindelser	21		



Postboks 102 04 Skarsten • Besøksadresse Kungälvsgården 14 • Telefon 09-602 300 00 • E-post kundservice@systembolaget.se • Webb systembolaget.se
Produktion Håkansson & Håkansson • Tryck 10 Grafiska • Foto Lars Tengvall, Matsus Skogström • Illustration Klas Fahlén, Lena Gun Jansen, ASD