



Systembolagets delårsrapport januari-juni: Högt tryck på Systembolaget under kvartal två trots minskad alkoholkonsumtion

Systembolaget fortsatte under andra kvartalet det systematiska arbetet i butikerna för kundernas och medarbetarnas trygghet i samband med covid-19. Det är en anledning till att Systembolaget klättrar i Svenskt Innovationsindex för 2020, från plats 17 till plats fyra. Systembolagets intäkter under det första halvåret 2021 uppgick till 18 455 (17 042) miljoner kronor, vilket motsvarar en ökning med åtta procent. Försäljningsvolymen ökade samma period med 11,7 miljoner liter och det motsvarar en ökning med fyra procent.

I delårsrapporten för januari till juni 2021 konstaterar Systembolaget ett ökat tryck på både butiker och e-handel. Allt fler kunder väljer att beställa varor via internet och med hemleverans och Systembolaget har under andra kvartalet fortsatt att rulla ut hemleveranstjänsten i ännu fler regioner, exempelvis till Örebro län, delar av Jönköpings län och Östergötlands län samt till Kungsbacka och Sala. Det innebär att tjänsten nu är tillgänglig för över 70 procent av den inköpsberättigade befolkningen.

– Precis som den övriga handeln har vi prövats och fortsätter att prövas under den pågående pandemin. Jag imponeras av Systembolagets medarbetare och att vi med rådande förutsättningar ändå fortsatt lyckas vara innovativa och nå uppsatta mål. Vi har ett ökat tryck på vår e-handel och våra butiker - inte minst under högtider som valborg och midsommar - och ändå har vi kunnat bredda hemleveranser till allt fler regioner i Sverige. Våra främsta prioriteringar är att bidra till en säker och trygg miljö för våra kunder och medarbetare, att ha stort fokus på en hållbar och omsorgsfull verksamhet samt att leverera kvalitet gentemot alla våra kunder. Det kan jag stolt konstatera att vi gör, säger Magdalena Gerger, vd och koncernchef för Systembolaget.

Till slutet av 2023 är målsättningen att klimatavtrycket från Systembolagets dryckesförpackningar ska ha minskat med 10 procent jämfört med basåret 2019. Genom kommunikation i butikerna och via andra kanaler blir kunderna upplysta om vikten av att välja papp, PET och burk istället för glas. Systembolaget arbetar även aktivt med att minska försäljningen av plastpåsar och ännu fler butiker kommer framöver att ha plastpåsar bakom disk.

Delårsrapporten visar att intäkterna under det första halvåret uppgick till 18 455 (17 042) miljoner kronor, vilket motsvarar en ökning om 8 procent. Försäljningsvolymen ökade samma period med 11,7 miljoner liter, vilket motsvarar en ökning om 4 procent. Rörelseresultatet för halvåret uppgick till 127 (169) miljoner kronor. Det lägre resultatet beror till stor del på ökade försäljningskostnader, framförallt relaterade till personal samt en förändring i produktmix.

– Ökningen i försäljningsvolym beror framförallt på att Systembolagets försäljningsandel ökat vilket är en effekt av rådande pandemi där andra inköpskanaler begränsas och där försäljningen istället koncentreras till Systembolaget. Vi ser också en ökad försäljningsvolym av ekologiska produkter med sex procent jämfört med föregående år, förklarar Systembolagets ekonomidirektör Charlotte Hansson.

Preliminära data från Monitormätningen som Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN) genomför visar att alkoholkonsumtionen sjönk under 2020. Totalkonsumtionen uppgick till 8,5 liter ren alkohol per invånare, den lägsta noteringen sedan mätningarna startade för 20 år sedan och är en nedgång med sex procent jämfört med 2019. Sett till försäljningsandelar så ökade Systembolaget sin andel från 65 procent till 76 procent, samtidigt som restaurang och resandeförsäljning minskade kraftigt.

[Systembolagets delårsrapport för perioden januari-juni finns att läsa här](#)

För mer information kontakta:

Anders Porelius, enhetschef Press och Samhällsrelationer, Systembolaget, mobil 0720-70 67 40,
anders.porelius@systembolaget.se