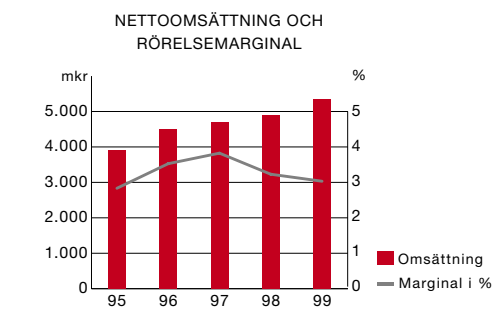




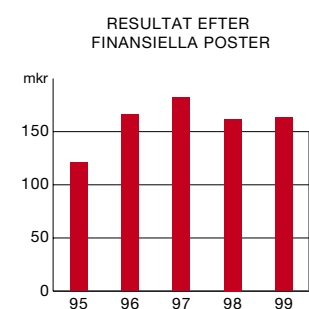
1999 i korthet

- Hemköps nettoomsättning steg med 7,7 procent till 5.338 mkr, vilket motsvarar 6,6 procent i volym.
- Rörelseresultatet uppgick till 162 (161) mkr. Rörelsemarginalen blev 3,0 (3,2) procent.
- Investeringarna uppgick till 135 (123) mkr.
- Fem nya butiker tillkom och vid årets utgång fanns det 100 Hemköp-butiker.
- Den 1 juli tillträdde Håkan Matz som VD.
- Under november månad meddelade styrelserna i Hemköp och D&D sin avsikt att slå samman de båda företagen samt förvärva Spar i Sverige och röstmajoriteten i Spar Finland. Därmed bildas ett av Nordens största företag inom dagligvaruhandeln.
- Utdelningen föreslås till 2,60 (2,60) kronor per aktie.

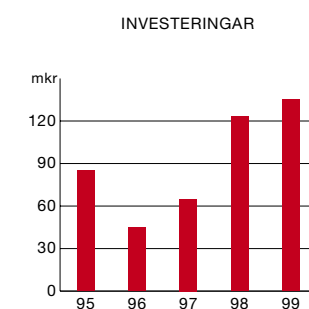
Nyckeltal mkr			Förändr.	
	1999	1998	%	
Nettoomsättning	5.338	4.958	7,7	
Rörelseresultat	162	161	1,0	
Resultat efter finansiella poster	163	162	0,4	
Rörelsemarginal, %	3,0	3,2		
Nettovinst per aktie, kr	4,68	4,66	0,4	
Föreslagen utdelning per aktie, kr	2,60	2,60	-	
Investeringar	135	123	9,8	
Antal årsanställda	2.711	2.526	7,3	



Nettoomsättningen steg till 5.338 mkr. Försäljningsökningen kan till stor del hänföras till nya och ombyggda butiker.



Resultatet efter finansiella poster ökade till 163 mkr. Vinstmarginalen var 3,1 procent.



Investeringarna ökade till 135 mkr, den högsta nivån i bolagets historia.

VD-kommentar 1999

1999 blev ett år med goda yttre förutsättningar för handeln. Sjunkande arbetslöshet, högkonjunktur och större utrymme för privat konsumtion ledde till en god tillväxt i marknaden.

1999 blev ett år av utveckling för Hemköp. Vi ökade vår omsättning med 7,7 procent eller 6,6 procent i volym, vilket innebär att vi fortsätter att ta betydande marknadsandelar. Vi passerade också femmiljardersnivån i försäljning för första gången. Detta visar att vi har ett gott förtroende i marknaden och en fortsatt hög acceptans för vårt kvalitetskoncept.

Vi har expanderat kraftigt de senaste två åren. Ett omfattande nyetableringsprogram, som resulterat i totalt elva nya butiker och tre nya bagerier, belastade 1999 års rörelseresultat med 20 mkr mer än föregående år, främst genom ökade personalkostnader och avskrivningar. Rörelsemarginalen låg på 3,0 procent, vilket är bra för vår bransch men samtidigt något lägre än vårt långsiktiga mål, som är 3,5 procent över en konjunkturcykel. Resultatet 2000 kommer att påverkas positivt genom att flera av de nyetablerade butikerna då varit igång tillräckligt länge för att nå tillfredsställande lönsamhet.

Ökade investeringar

Under året investerade vi 135 mkr jämfört med 123 mkr 1998. Bland större projekt märks ett helt nytt storbutikskoncept, Hemköp Plus, som vi lanserade i Valbo utanför Gävle och sedan följde upp med ombyggnad av en butik i Linköping. Här handlar det om större försäljningsytor än våra traditionella butiker med stark fokusering på barnfamiljer men med bibehållen Hemköpsprofil.

Totalt invigde vi under 1999 fem nya butiker och två bagerier samt färdigställda nio ombyggnationer.

Omfattande strukturaffärer

Inovember tillkännagav styrelserna för Hemköp och D&D Dagligvaror sin avsikt att gå

sammans i ett stort, börsnoterat företag. I mars 2000 genomför vi vår största affär någonsin, då Hemköpskedjan förvärvar aktierna i D&D genom en apportemission. Härigenom bildas en ny koncern med arbetsnamnet "Nya Dagligvarubolaget", som efter förvärv av Spar Sverige, Spar Inn Snabbgross samt röstmajoriteten i Spar Finland, blir en av Nordens ledande aktörer inom dagligvaruhandeln. I Sverige kommer det nya bolaget att ha cirka 20 procent av marknaden och i Finland 10 procent.

Det "Nya Dagligvarubolaget"

Inom det "Nya Dagligvarubolaget" finns en hel palett med koncept som tillgodoser många skiftande konsumentkrav. Här finns starka koncept med tydliga profiler i samtliga segment från högkvalitativa matspecialister till renodlade lågprisbutiker. Det betyder att vi har goda förutsättningar att möta de differentierade kundbehov som finns på marknaden.

Vi kan också konstatera att Norden blir basen för framtida etableringar, vilket vi inom Hemköp kommer att ha stor nytta av med tanke på vårt starka koncept.

Att vi i fortsättningen kan expandera inom ramen för en stark företagsgrupp, som redan finns på andra marknader, är en stor fördel.

Förändrade konsumentkrav

Marknaden för dagligvaror präglas av förändrade konsumentkrav och delvis nya konsumtionsmönster. En stark trend går mot ökad efterfrågan på service, kvalitet och förädlade produkter. En annan fokuserar på låga priser. Det innebär bland annat en fortsatt polarisering mellan matspecialister och lågprisbutiker. Vi inom Hemköp vänder oss i första hand till den kvalitetsmedvetne konsumenten.

Våra kunder efterfrågar förädlade produkter, som till exempel pannfärdiga rätter med god kvalitet och smak och som är lätta att tillreda. Samtidigt tycker våra kunder om att laga mat och vill ha högklassiga råvaror. Maten och tillagningen blir en upplevelse.

Kvalitet, miljö och hälsa

Vidare kan vi konstatera att miljötänkandet nu är helt etablerat. Alla konsumenter förutsätter att både råvaror och färdiga produkter är säkra och fyller högt ställda krav på miljöanpassning. Den leverantör, som inte lever upp till dessa förväntningar, kommer att ha mycket svårt att hävda sig i framtiden.

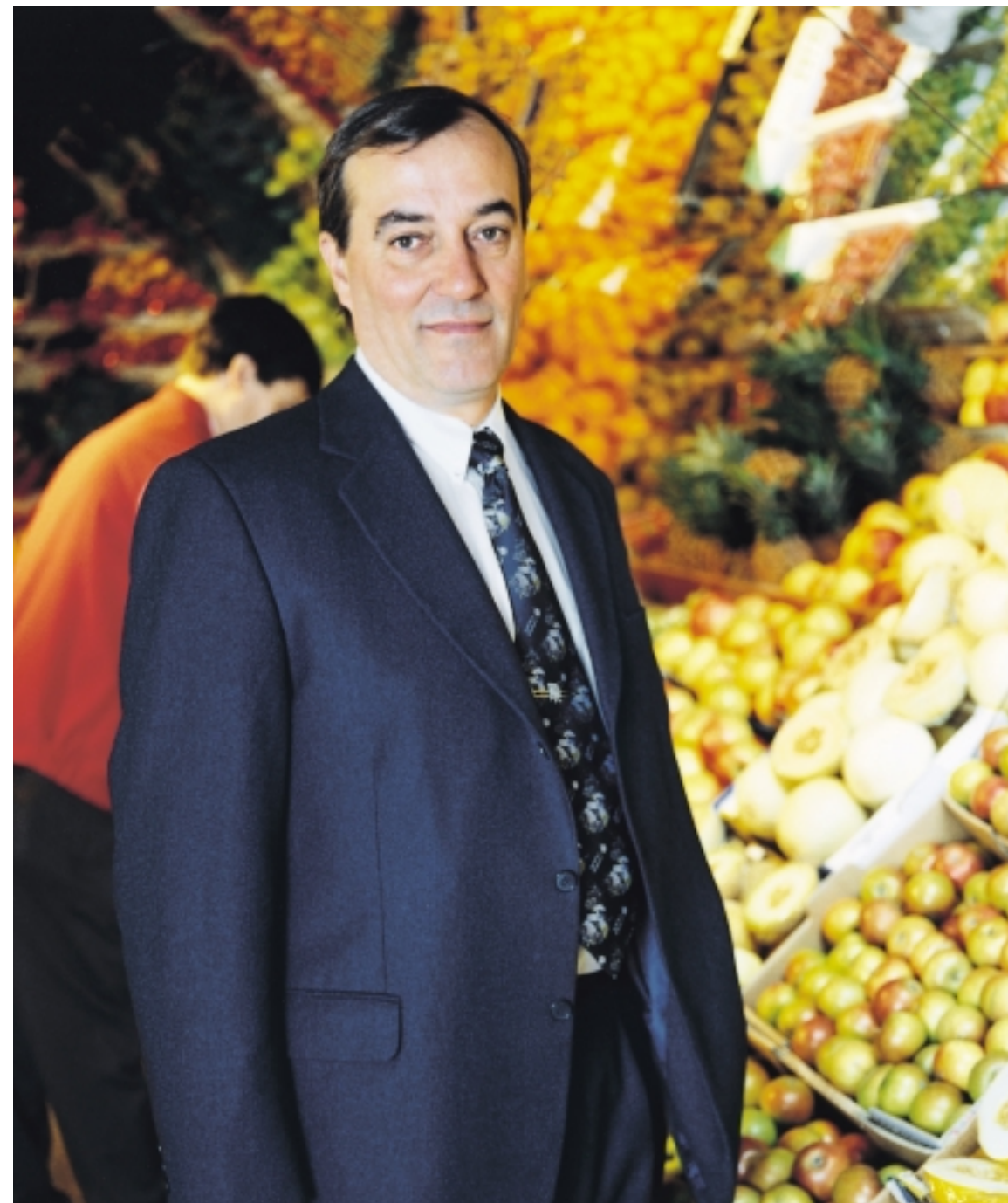
Vi ser också en ökad fokusering på hälsoaspekterna vid val av matvaror. Detta rör hela spektrumet från så kallad functional food till vanliga basvaror. Konsumenten söker livsmedel som är bra för hälsan. Det faktum att 18 procent av vår befolkning har någon form av allergi eller överkänslighet relaterad till mat, och att denna andel ökar, är ett incitament för oss på Hemköp att lära oss mer och kunna erbjuda ett bättre anpassat sortiment. Vi startar också en utbildning för särskilda kostombud i butikerna under år 2000.

Hemköps koncept bygger på kvalitet, miljö och hälsa med tonvikt på god etik. För oss är det därför naturligt att ta en ledande position inom området.

Falun i mars 2000

Håkan Matz
Verkställande direktör

"Vi ska alltid visa omsorg och ge våra kunder högsta kvalitet i marknadens bästa matbutiker."



Starkt år för handeln

Ett gynnsamt klimat för privat konsumtion gjorde 1999 till ett starkt år för detaljhandeln. Den goda konjunkturen bedöms fortsätta påverka handeln i positiv riktning även 2000. Dagligvaruhandeln omvandlas snabbt och konkurrensen hårdnar. För svenska aktörer vidgas hemmamarknaden till att alltmer omfatta Norden.

Sveriges ekonomi utvecklades väl under 1999, och BNP steg med 3,8 procent jämfört med 1998, enligt Statistiska Centralbyrån (SCB).

Det var framför allt ökningen på 4,1 procent av hushållens konsumtion som bidrog till tillväxten. Hushållens utgifter för bilinköp, möbler, kläder och hemelektronik stod för en stor del av ökningen.

Den offentliga konsumtionen ökade med 1,8 procent.

Rekord i julhandeln

1999 avslutades enligt Handels Utredningsinstitut (HUI) med en mycket bra försäljning under julhandelsmånaden december, som blev den starkaste julmånaden på 1990-talet.

I löpande priser ökade detaljhandeln under 1999 sin försäljning med 4,3 procent och sålde för totalt drygt 330 miljarder kronor inklusive moms, enligt HUI. Det innebär att 1999 totalt blev det näst starkaste detaljhandelsåret under decenniet; endast rekordåret 1998 visade en mer gynnsam utveckling. Konsumtionen av dagligvaror uppgick till cirka 175 miljarder kronor inklusive moms.

Dagligvaruhandeln ökade, enligt HUI, med 3,3 procent i löpande priser (2,3 procent i fasta priser). Sällanköpsvaruhandeln ökade med 5,5 respektive 5,3 procent; möbler, hemelektronik och guldsmedshandeln stod för den största ökningen.

Gynnsam prognos

De makroekonomiska grundfaktorer som förklarade uppgången 1999 – minskande arbetslöshet, ett fortsatt relativt lågt räntetryck samt en förhållandevis låg inflation och ökade reallöneinkomster – fortsätter att påverka handeln i positiv riktning även under 2000 enligt HUIs prognos.

Ny struktur i dagligvaruhandeln

Den svenska detaljhandeln med dagligvaror har historiskt karaktäriserats av stabilitet och låg internationaliseringsgrad. Internationella kedjor har tidigare haft begränsad verksamhet i Sverige, men några har på senare år kommit in främst genom förvärv inom servicehandeln.

Hit hör norska Narvesen med Seven Eleven och Pressbyrån samt bensinstationskedjorna Shell och Statoil, som gör satsningar på begränsade dagligvarusortiment. 1999 bildade ICA och Statoil ett gemensamt ägt bolag för driften av Statoil-stationerna i Skandinavien.

Nu sker emellertid betydande förändringar på dagligvarumarknaden i såväl Sverige som i de flesta europeiska länder.

Större kedjor i Europa

Expansion genom förvärv över gränserna blir allt vanligare. Bedömare i branschen uppskattar att de 25–30 största aktörerna i början av 2000-talet kontrollerar 75–80 procent av marknaden. En annan bedömning är att fem stora kedjor har tagit 40 procent av den europeiska marknaden år 2005.

Under ett händelserikt 1999 fortsatte amerikanska Wal-Mart sin europeiska expansion genom att förvärva brittiska Asda. I Frankrike fusionerades Carrefour och Promodès, som tillsammans bildar ett av världens största detaljhandelsföretag.

Ökad konkurrens

Konkurrensen i detaljhandelsledet ökar, samtidigt som leverantörer och producenter växer i storlek och förhandlingsstyrka. Även inom producentledet har omfattande förvärv och fusioner ägt rum. För att i framtiden kunna uppnå och bibehålla en ledande marknadsposition krävs stora, effektiva, välprofilerade och resursstarka

bolag, kedjor och organisationer. Konsoliderings- och internationaliseringstakten ökar, och utländska företag och kedjor visar nu ett ökat intresse för den nordiska marknaden.

Nordiskt perspektiv

I början av december 1999 offentliggjorde den holländska, börsnoterade dagligvarujätten Ahold sina planer på att förvärva 50 procent av ICA. Tidigare under året hade en fusion mellan ICA och norska Hakon Gruppen genomförts.

Samtidigt utvecklar KF ett utökat nordiskt samarbete med sina motsvarigheter i Danmark, Norge och Finland.

Det är tydligt att för de flesta svenska aktörerna förskjuts nu begreppet hemmamarknad från enbart Sverige till ett mer nordiskt perspektiv.

Ny stor, börsnoterad koncern

I november tillkännagav styrelserna i Hemköp och D&D sina planer på bildandet av en ny, börsnoterad dagligvarukoncern.

Genom ett samgående mellan Hemköp och D&D samt förvärv av Spar Sverige, Spar Inn Snabbgross och röstmajoriteten i Spar Finland bildas ett av Nordens största företag inom dagligvaruhandeln.

Samgåendet möjliggör effektiviseringar liksom bättre utbud och service för konsumenterna.

Tillsammans kommer de drygt 1.000 helägda och samverkande butikerna i Sverige samt de totalt cirka 330 butikerna i Finland att ha en omsättning inklusive moms på drygt 40 miljarder kronor. ■

Det Nya Dagligvarubolaget

Hemköp och D&D tar nu initiativ till att gå samman och skapa en konkurrenskraftig, börsnoterad aktör på den nordiska marknaden. Med starka butiksprofiler kan det Nya Dagligvarubolaget än bättre tillgodose kundernas behov och samtidigt öka såväl försäljningen som lönsamheten.

När Hemköp och D&D nu går samman skapas en konkurrenskraftig, börsnoterad aktör på den nordiska marknaden. Samgåendet sker på så sätt att Hemköpskedjan AB förvärvar aktierna i D&D Dagligvaror AB genom en apportemission. Spar Sverige och Spar Inn Snabbgross samt Axel Johnsons innehav i Spar Finland kommer också att ingå i den nya koncernen. Enligt planerna kommer det Nya Dagligvarubolaget att starta sin verksamhet under mars månad 2000. Till VD och koncernchef i det nya bolaget har Mats Jansson utsetts.

Genom samgåendet och därav villkorade förvärv bildas ett av de största bolagen inom dagligvaruhandeln i Norden. Det nya bolaget, med arbetsnamnet det "Nya Dagligvarubolaget", får en sammanlagd nettoomsättning på cirka 30 miljarder kronor och en marknadsandel på cirka 20 procent i Sverige och cirka 10 procent i Finland.

Nettoomsättning

Mkr	1999 proforma	1998 proforma
Sverige		
Partihandel	14.692	14.446
Detaljhandel	10.985	10.524
Övrigt	1.065	944
Internförsäljning	-3.080	-2.925
Totalt Sverige	23.662	22.989
Finland		
Partihandel	3.587	3.899
Detaljhandel	1.606	1.673
Övrigt	222	221
Totalt Finland	5.415	5.793
Totalt	29.077	28.782

Det Nya Dagligvarubolaget kommer att bedriva partihandel samt detaljhandel genom ett antal butiksrörelser med starka varumärken, t ex Hemköp, Spar, Vivo med flera. Cirka 40 procent av den konsolide-

rade nettoomsättningen kommer att genereras i detaljhandeln.

Det Nya Dagligvarubolaget kommer sammanlagt att omfatta över 1.000 butiker i Sverige, varav cirka 250 är hel- eller delägda och de övriga drivs av fristående handlare knutna till D&D genom avtal. I Finland ingår 330 butiker, varav 85 är helägda och de övriga drivs av fristående handlare. Antalet årsanställda kommer att uppgå till cirka 7.000. Det Nya Dagligvarubolaget (fd Hemköp) kommer att förbli noterat på OM Stockholmsbörsens A-lista.

Hemköp och D&D Varuförsörjning (fd Dagab) har sedan länge affärsrelationer. Hemköps största leverantör är D&D Varuförsörjning. D&Ds största enskilda externa kund är Hemköp. Relationen utvecklades ytterligare under sommaren 1998, då Hemköp och D&D träffade avtal om samarbete avseende butiksetableringar och övertagande av butikslägen. Att samla de båda verksamheterna inom en gemensam koncern är ett naturligt steg i denna samarbetsrelation.

Betydande besparingar kan uppnås genom att inköp, logistik och investeringar samordnas. Genom ett antal starka butiksprofiler kan det Nya Dagligvarubolaget optimera butikslägen och butikskoncept för att därmed bättre tillfredsställa kundernas behov samt öka försäljningen och lönsamheten. Det Nya Dagligvarubolaget avser att ta en fortsatt aktiv roll i utvecklingen av dagligvarubranschen och säkra en ledande position på den nordiska marknaden.

SAMORDNINGSEFFEKTER

Samgåendet mellan Hemköp och D&D medför goda möjligheter till effektivisering och kostnadsbesparingar, vilket stärker det Nya Dagligvarubolagets konkurrenskraft.

Nettoeffekten av samordningsvinsterna, som förväntas uppnås genom samgåendet samt underliggande organisk tillväxt, uppskattas påverka resultatet efter finansiella poster positivt med totalt cirka 400 mkr under de närmaste tre åren. Samordningseffekterna beräknas uppkomma dels genom samgåendet mellan Hemköp och D&D samt förvärven av Spar-kedjorna, dels i det pågående arbetet med sammanslagningen av D-gruppen AB och Dagab AB.

Samordningsvinster

Hemköps och D&Ds styrelser har identifierat följande huvudsakliga områden inom vilka samordningsvinster kommer att kunna utvinna genom samgåendet:

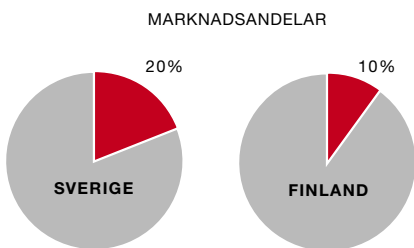
- inköp och logistik
- optimering av butiksstrukturen
- IT
- utbyte av kompetens
- administration

Inköp och logistik

Det Nya Dagligvarubolaget kommer att kunna effektivisera flöden av information, varor och kapital. Bland annat kommer inköp och logistik att kunna samordnas och optimeras. Det Nya Dagligvarubolaget uppnår en storlek som ger betydande styrka i inköp, vilket förväntas medföra mer fördelaktiga inköpsvillkor och en effektivare logistik.

Optimering av butiksstrukturen

En samordning mellan Hemköp, D&D, Spar Sverige, Spar Inn Snabbgross och Spar Finland ger en butiksstruktur med ett antal specialiserade butiksprofiler, såsom supermarkets och storbutiker (t ex Vivo, Hemköp, Billhälls), lågprisbutiker (t ex Spar, Exet, Matex, XL, Willys) samt närbutiker (t ex Tempo, Matnära). ♦



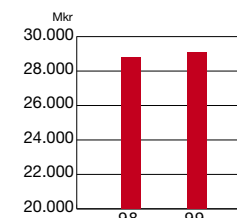
Det Nya Dagligvarubolaget får en ledande position på den nordiska marknaden.

NORDENS STÖRSTA AKTÖRER INOM DAGLIGVARUHANDELN

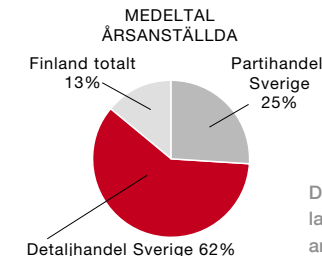
Grupp	Marknad
ICA/Ahold	Sve/Nor
Nya Dagligvarubolaget	Sve/Fin
Norgesgruppen	Nor
KF/Konsum	Sve
FDB	Dk
Keskogruppen	Fin

Hemköp och D&D bildar tillsammans ett av de största bolagen inom dagligvaruhandeln i Norden.

NETTOOMSÄTTNING PROFORMA



Att samla resurserna i ett bolag skapar goda förutsättningar för ökad försäljning och bättre marginaler.



Det nya bolaget kommer sammanlagt att sysselsätta cirka 7.000 årsanställda i Sverige och Finland.

Tillsammans kommer bolagen i högre grad att kunna anpassa både existerande och nya butiksp profiler efter butikens läge och storlek samt de lokala kundernas behov och önskemål. Till exempel kan en butik omprofilas till en annan butiksp profil som bättre passar dess läge och storlek.

Det Nya Dagligvarubolaget kan därmed verka betydligt effektivare i relationen till kunderna. Hemköps och D&Ds styrelser bedömer att detta kommer att leda till ökad lönsamhet och vinst såväl för handlare som för det Nya Dagligvarubolaget.

IT

Genom samgåendet kan IT-investeringar och IT-kompetens samordnas mellan bolagen för att skapa effektiva informationssystem, vilket möjliggör hög servicegrad och kvalitet. Genom att tillvarata den bästa IT-kompetensen och de bästa IT-lösningarna inom respektive bolag kan skalfördelar och kostnadsbesparingar tillvaratas. Skalfördelar kan även nås i satsningen på heltäckande handelstjänster via Internet. Här förväntas särskilt Spar Sveriges och D&Ds erfarenheter av internethandel kunna utnyttjas i det Nya Dagligvarubolaget.

Utbyte av kompetens

Hemköp och D&D har gemensamt en stark bas av kompetens och erfarenhet i butiksetablering och utveckling av butiksnät. Hemköp och Spar Sverige, med sina starka varumärken, bidrar bland annat med kompetens i att driva butiker i kedjeform. Att samla resurserna i ett bolag, där den gemensamma kompetensen kan inriktas på att maximera konkurrenskraften och marknadseffektiviteten, skapar goda förutsättningar för en ökad försäljning och förbättrade marginaler.

Administration

Administrativa funktioner, t ex huvudkontor och andra koncerngemensamma funktioner, kommer att kunna samordnas och integreras.

Pågående arbete inom D&D

Sedan sammanslagningen av D-gruppen och Dagab i mars 1999 pågår strukturförändringar samt ett effektiviseringsprogram för att bli a rationalisera sortimentet, effektivisera logistiken och förbättra inköpsvillkoren.

VINSTUTVECKLING

Omsättningen för det Nya Dagligvarubolaget proforma 1999 uppgick till cirka 29 miljarder kronor och resultatet efter finansiella poster till 261 mkr. Resultatet är belastat med strukturkostnader om cirka 90 mkr, varav cirka 40 mkr under sista kvartalet.

Samgåendet beräknas ej ha någon nämnvärd effekt på förväntad vinst per Hemköpsaktie år 2000. För 2001 beräknas dock vinsten per aktie öka betydligt jämfört med den förväntade vinsten år 2000.

Prognoserna förutsätter att strukturförändringarna och effektiviseringsprogrammet inom D&D fortlöper enligt plan och att det Nya Dagligvarubolaget framgångsrikt kan realisera den potential, som finns i utvinning av samordningsvinster och effektivisering genom ett samgående.

FRAMTIDSUTSIKTER

Det Nya Dagligvarubolaget verkar inom dagligvarubranschen, som är en mogen bransch med stabil men begränsad tillväxt. Den årliga volymtillväxten har under den senaste tioårsperioden uppgått till cirka en procentenhet. Det Nya Dagligvarubolaget beräknar dock att dess tillväxt ska

vara högre än marknadens. Tillväxten ska ske organiskt genom expansion och ökad försäljning i existerande enheter på nya och befintliga marknader samt genom förvärv i Sverige, övriga Norden och Baltikum.

Det Nya Dagligvarubolaget har som mål att öka andelen omsättning genererad från detaljhandeln, vilket kommer att leda till ökade marginaler och därmed ökad lönsamhet. Det Nya Dagligvarubolaget kontrollerar idag butikslägen genom avtal med fristående handlare samt genom att äga flertalet butiksvärken.

I Baltikum avser det Nya Dagligvarubolaget ta del av tillväxten i dagligvarubranschen och expandera den nuvarande verksamheten inom både parti- och detaljhandel.

Genom samarbete inom United Nordic Inc AB, ett inköpsbolag som ägs gemensamt av D&D och dagligvarupartihandlarna Dagrofa a/s i Danmark, TukoSpar Oy i Finland och Unil A/L i Norge, erhåller det Nya Dagligvarubolaget en förstärkt förhandlingsposition vid upphandling av importvaror, speciellt från avlägsna marknader.

FINANSIELLA MÅL OCH UTDELNINGSPOLITIK

Det Nya Dagligvarubolaget ska skapa ökat aktieägarvärde genom försäljningstillsättning och kostnadseffektivitet. Genom att tillvarata kedjekompetens och starka varumärken ska det Nya Dagligvarubolaget optimera den befintliga butikstrukturen för att därmed kunna erbjuda rätt vara till rätt pris till rätt kund. Tillväxt ska ske genom förvärv och nyetablering av butiker i Sverige, övriga Norden och Baltikum.

Det Nya Dagligvarubolagets finansiella mål och utdelningspolitik kommer att fastställas av bolagets styrelse när samgåendet

är genomfört. Nedan beskrivs de finansiella mål och den utdelningspolitik, som Hemköps och D&Ds styrelser initialt bedömer kunna anses rimliga.

Finansiella mål

Omsättningen förväntas kunna öka med cirka 5 procent årligen genom organisk tillväxt och förvärv.

Det Nya Dagligvarubolagets interna lönsamhetsmål förväntas kunna vara en genomsnittlig rörelsemarginal om cirka 3 procent över en konjunkturcykel. Rörelsemarginalen för 1999 uppgick till 1,2 procent proforma. Bolagets soliditetsmål förväntas kunna vara 20 procent. Soliditeten 1999 uppgick till 13,8 procent proforma.

Utdelningspolitik

Det Nya Dagligvarubolaget kommer att fastställa storleken på framtida utdelningar utifrån bolagets långsiktiga tillväxt och resultatutveckling samt behovet av en stark balansräkning, god likviditet och god finansiell ställning i allmänhet.

ORGANISATION OCH VERKSAMHET

Hemköp, D&D, Spar Sverige, Spar Inn Snabbgross och Spar Finland kommer att samlas under det nuvarande börsnoterade moderbolaget Hemköpskedjan AB (publ), som föreslås byta namn.

Det Nya Dagligvarubolaget kommer att utveckla, anskaffa, förädla och bedriva detaljhandel och partihandel med dagligvaror samt erbjuda stödfunktioner såsom varuanskaffning, logistik, IT-stöd och marknadsanalys.

Genom hel- och delägda butiker samt genom fristående, samverkande handlare kommer detaljhandeln initialt att omfatta cirka 30 butikskedjor med olika sortiments- och prisstrategier riktade mot

olika kundsegment. Butikspprofilerna inkluderar supermarkets och storbutiker, lågprisbutiker och närbutiker. Partihandeln levererar framförallt internt inom det Nya Dagligvarubolaget, men även till extern detaljhandel.

Gemensamma koncernfunktioner inkluderar butiksetablering, information och ekonomi. Genom en samordning av ansvaret för butiksförnyelsen inom butiksetablering ska rätt koncept tillämpas på respektive läge och butik. Etableringsfunktionen hanterar överlåtelse, köp och försäljning av butiksrörelser.

Stödfunktionerna består vidare av förhandlings- och inköpskunskap, konsumtions- och detaljistikunskap samt marknadsföring och utveckling av det Nya Dagligvarubolagets handelsmärken, såsom Eldorado, Fauna och Garant.

Personal

Det genomsnittliga antalet årsanställda i det Nya Dagligvarubolaget uppgick 1999 proforma till 7.364.

Medeltal årsanställda

	1999 proforma	1998 proforma
Sverige		
Partihandel	1.853	1.789
Detaljhandel	4.582	4.363
Totalt Sverige	6.435	6.152
Finland	929	987
Totalt	7.364	7.139

Miljö

Det Nya Dagligvarubolagets grundinriktning är att bidra till en uthållig samhällsutveckling med kretsloppstanken som grund. En stark lokal förankring vad gäller butiker, leverantörer och kunder är viktiga faktorer i denna strävan.

Styrelse

I styrelsen för det Nya Dagligvarubolaget ingår följande personer:

- Göran Ennerfelt, ordförande
- Roger Källman, vice ordförande
- Marcus Storch, vice ordförande
- Claes Andersson
- Peggy Bruzelius
- Nils-Erik Johansson
- Antonia Ax:son Johnson
- Gösta Törnroth
- Annika Åhnberg ■



Mats Jansson är VD och koncernchef för det Nya Dagligvarubolaget.

Detta är Hemköp

Hemköp är en av Sveriges ledande kedjor inom dagligvaruhandeln. I slutet av 1999 hade Hemköps-kedjan 100 Hemköp-butiker från Boden i norr till Ystad i söder, varav fem öppnades under året.

I juni 1997 introducerades Hemköp på OM Stockholmsbörsen och i början av 2000 förvärvar Hemköp D&D och bildar en koncern under arbetsnamnet Nya Dagligvarubolaget. Det börsnoterade Nya Dagligvarubolaget blir moderbolag för Hemköp. Därmed ingår Hemköp som ett bolag med en stark butiksprofil i det Nya Dagligvarubolaget.

Affärsidé

Hemköps affärsidé är att bedriva detaljhandel med dagligvaror. Genom ett långsiktigt arbete, med utgångspunkt i hörnstenarna kvalitet, miljö och hälsa med betoning på god etik, ska Hemköp fylla konsumenternas behov och efterfrågan av dagligvaror. Kunderna ska erbjudas ett lokalt anpassat sortiment med en uttalad kvalitetsprofil i stora överskådliga butiker med ett tydligt inslag av manuell betjäning.

Hemköp ska uppnå konkurrensfördelar samt uthållig och god lönsamhet genom långsiktighet och ett starkt kundförtroende i kombination med medarbetarnas engagemang och delaktighet.

Resultat och marknadsandel

Under perioden 1995–99 har Hemköps rörelsemarginal uppgått till i genomsnitt 3,2 procent per år. Försäljningen inklusive moms har stigit från 4.810 mkr under 1995 till 6.084 mkr under 1999. Det är en årlig ökning med i genomsnitt 6,1 procent jämfört med branschens 1,5 procent. Under perioden förbättrades rörelseresultatet från 108 mkr till 162 mkr eller med i genomsnitt 10,7 procent per år.

Hemköps andel av dagligvarumarknaden i Sverige, definierad som försäljning av dagligvaror via dagligvarubutiker, uppgår till cirka 4,5 procent. Hemköp finns på ett 70-tal orter och har en stark lokal

position. På vissa lokala marknader är marknadsandelen över 40 procent. Målet är att ha en ledande ställning på varje lokal marknad där Hemköp är representerat.

Hemköps vision och mål

Hemköps vision är att alltid visa omsorg och ge kunderna högsta kvalitet i marknadens bästa matbutiker.

Finansiella mål

Hemköps lönsamhetsmål är en rörelsemarginal på lägst 3,5 procent över en konjunkturcykel. Under perioden 1995–99 var marginalen som lägst 1995 med 2,7 procent och som högst 1997 med 3,8 procent. Hemköps soliditetsmål är 20–25 procent, vilket bedöms som tillräckligt för denna typ av verksamhet. Vid utgången av 1999 var soliditeten 35 procent. Jämfört med branschen i genomsnitt har Hemköp högre marginal och snabbare tillväxttakt.

Marknads- och kundmål

Hemköps marknadsmässiga mål är att växa snabbare än totalmarknaden och

därmed öka sin marknadsandel. Den fortsatta expansionen ska ske både genom utveckling av den nuvarande verksamheten och etablering av nya butiker främst i större städer.

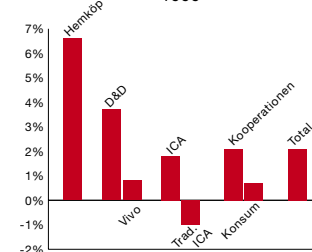
Hemköps kvalitetsmål är att uthålligt ha en hög total kvalitet avseende sortiment, butiker och personal. Omsorg, engagemang och kunskap ska säkerställa att konsumenternas förväntningar uppfylls eller överträffas.

När det gäller kännedom och attityder till Hemköp visar kontinuerliga Sifo-mätningar att företaget får höga värden. I kundernas egna bedömningar får Hemköp höga betyg jämfört med konkurrenterna med prisvärt, fräscht, kvalitetsmedvetet och miljövänligt som viktigaste kriterier.

Personalmål

Hemköps personalmål är att ha en stark företagskultur byggd på omtanke, trygghet, delaktighet och en positiv människosyn, där medarbetarna känner stolthet i sitt arbete. En engagerad och motiverad personal ska med helhetssyn, kompetens

BRANSCHUTVECKLING, VOLYM 1999



Hemköps mål är att växa snabbare än totalmarknaden och därmed öka sin marknadsandel. Det är annars framför allt lågpris- och storbutiker som svarar för tillväxten i den svenska dagligvaruhandeln.

I slutet av 1999 sålde 74 av totalt 100 Hemköp-butiker bröd från egna bagerier. Av Hemköps 17 bagerier är 16 KRAV-auktoriserade.

och kreativitet säkerställa kvalitet och ökade mervärden. Hemköp ska vara den mest attraktiva arbetsgivaren i branschen.

Miljö- och hälsomål

Hemköps miljömål är att som föregångare bidra till en uthållig samhällsutveckling och beakta miljöhänsyn i varje beslut på alla nivåer. Hemköp ska genom helhetssyn och kretsloppstänkande minska resursförbrukning och kostnader och därigenom skapa utrymme för ständiga förbättringar. Hemköp ska erbjuda ett stort och växande sortiment av miljömärkta produkter. Samtliga butiker ska vara miljödiplomerade före utgången av 2001.

Hemköps hälsomål är att verka för utveckling av hälsosamma livsmedel och undvika onödiga tillsatser. Företaget ska bäst fylla hälsoorienterade konsumenters behov av dagligvaror och vara den bästa matbutiken för konsumenter med särskilda näringsbehov.

Omorganisation

Hemköps försäljning utgörs till 83 procent av matvaror. Återstoden är i huvudsak kem-tekniska produkter, djurmat och övrig "non-food".

Per den 1 januari 2000 omorganiseras Hemköp från fyra till två regioner, Nord och Syd, med något högre försäljningsandel i Nord. Under senare år har det emellertid skett en relativt snabbare ökning i södra Sverige, vilket är i linje med företagets långsiktiga strategi.

Hemköps huvudkontor är beläget i Falun. Företagsledningens viktigaste uppgifter är att stödja butikernas verksamhet, sluta inköpsavtal, utveckla det gemensamma konceptet och profileringen i marknaden samt säkerställa nya butikslägen. ▶





Med omsorg, engagemang och kunskap ska kundernas förväntningar uppfyllas eller överträffas.



Under 1999 lanserades ett nytt koncept med pannfärdiga köttträtter i alla butiker. Beredningen sker i respektive butik.



Det egna varumärket, "Vårt Eget", representerar 8,2 procent av Hemköps totala omsättning och består av drygt 300 produkter.



Inom Hemköp finns en stark företagskultur som bygger på stort ansvar för den enskilda medarbetaren, korta beslutsvägar och liten administration.



I Sifo-undersökningar beskriver kunderna Hemköp som prisvärt, fräscht, kvalitetsmedvetet och miljövänligt.

Hemköp har tagit ställning i en mängd frågor som rymmer såväl god etik och djurhållning som miljöhänsyn. Hemköp säljer endast kött producerat i Sverige och enbart ägg från frigående höns.

◆ Beslut nära kunden

Hemköp har ett starkt varumärke och ett genomarbetat koncept för utveckling av den enskilda butiken. Varje enhet är ett separat aktiebolag. De anställda omfattas av ett vinstdelningssystem, vilket innebär del i den egna butikens resultat i förhållande till antalet arbetade timmar.

I varje butik finns en ledningsgrupp som leds av butikschefen och inkluderar ordföranden i butikens fackklubb. Övriga ledamöter väljs bland samtliga anställda i butiken och ingår i ledningsgruppen under en begränsad tid. På så sätt får många medarbetare möjlighet att direkt delta i butikens ledning, vilket ökar förståelsen för verksamhetens villkor och tillgodoser behovet av personligt engagemang. Dessutom fattas beslut nära kunderna, vilket ytterligare bidrar till att stimulera dialogen mellan den lokala butiken och dess kunder.

Hemköps koncept

Utmärkande för Hemköps koncept är det långsiktiga arbetet för ökat kundförtroende genom en fortlöpande utveckling och integrering av hörstenarna kvalitet, miljö och hälsa med betoning på god etik, värden som blivit allt viktigare för konsumenten. I konceptet ingår att Hemköps butiker ska utvecklas i riktning mot matspecialister. Hemköps styrkefaktorer är:

- ett starkt varumärke
- ett genomarbetat och av kunderna uppskattat koncept
- attraktiva butiker med en tydlig färskvaruprofil
- kvalitetsprodukter i kombination med ständigt låga priser på basvaror
- starkt operativt kassaflöde och solid balansräkning
- engagerade och motiverade medarbetare i en unik företagskultur

Produktion

Utgångspunkten i Hemköps kvalitetssyn är att kunderna ska erbjudas en hög kvalitet, som omfattar såväl produkter och service som butiksmiljö. För att kunna garantera en god produktkvalitet behöver dagligvaruhandeln insyn i hela produktionskedjan. Hemköp har löst detta genom exklusiva avtal med uppfödare av bland annat lamm, grisar och nötboskap samt med äggproducenter och odlare av frukt och grönsaker. På dessa "egna" gårdar kan Hemköp förvissa sig om att producenterna lever upp till företagets detaljerade krav på allt från foder till djuromsorg. En naturlig konsekvens av detta synsätt är till exempel att Hemköp endast säljer kött producerat i Sverige och enbart ägg från frigående höns.

Genom att själv svara för förädling av produkterna kan Hemköp kontrollera både innehåll och process. Ett sådant område är bröd utan onödiga tillsatser som bakas av egna bagerier. I slutet av 1999 sålde 74 av totalt 100 Hemköp-butiker bröd från egna bagerier. Ambitionen är att i stort sett alla butiker ska förses med bröd från egna bagerier. Av Hemköps 17 bagerier är 16 KRAV-auktoriserade, vilket innebär att de är godkända att baka ekologiskt bröd.

Sortiment

Hemköps ambition är att livsmedelssortimentet ska vara både bredare och djupare än vad konkurrerande dagligvarukedjor erbjuder. Sortimentet är ett viktigt konkurrensmedel, vilket innebär ständig utveckling för att kunna tillfredsställa en allt större kundkrets.

Varje butik har i regel 8.000–10.000 artiklar, i vissa fall upp till 15.000. Inriktningen på hög kvalitet innebär en prioritering av märkesvaror och att varor med

bristande kvalitet överhuvudtaget inte accepteras.

Eget varumärke

Hemköps kvalitetssyn och krav på insyn i hela produktionsprocessen är också drivkraften bakom uppbyggandet av ett eget varumärke, "Vårt Eget".

Andelen produkter under eget varumärke visar en snabb tillväxt. I slutet av 1999 hade Hemköp drygt 300 produkter (exklusive bröd) under eget varumärke, varav flera är miljömärkta. Det egna varumärket, inklusive ägg och bröd från egna bagerier men exklusive kött, frukt och grönsaker, representerar 8,2 procent av Hemköps totala omsättning och har i genomsnitt högre marginaler än motsvarande produkter med andra varumärken.

Målet är att ha produkter under eget varumärke inom samtliga segment för att kunna erbjuda kunderna alternativ med god kvalitet och produktkontroll till ett konkurrenskraftigt pris.

Prissättning

Hemköp har ständigt låga priser på basvaror utan att vara profilerad som en lågprisbutik. Målet är att kvalitet, sortiment och service ska stå i en sådan relation till priset att konsumenterna uppfattar inköpen hos Hemköp som prisvärda. Hemköps konsekventa prissättningsstrategi är en starkt bidragande orsak både till kundförtroende och lönsamhet.

I början av 1990-talet avskaffade Hemköp systemet med extrapriser och veckoannonsering, vilket var gängse inom dagligvaruhandeln. I stället infördes "Ständigt Lågt Pris", som innebar en varaktig sänkning av priset på över 3.000 basvaror med upp till 35 procent.

"Ständigt Lågt Pris" innebär att kun-

dernas valfrihet ökar samtidigt som konceptet medverkar till att höja kvalitetsmedvetandet hos leverantörer och producenter. Då konsumentens val inte styrs av tillfälligt nedsatta priser spelar kvaliteten en större roll.

"Multi-Pris" är en vidareutveckling av "Ständigt Lågt Pris" och innebär ett lägre pris vid inköp av flera förpackningar av samma vara vid köptillfället. "Multi-Pris" ligger 7–25 procent lägre än singelförpackningarna och omfattar i huvudsak basvaror som mjölk, mjöl, pasta och kaffe. För Hemköp leder "Multi-Pris" dels till ökad försäljning av de aktuella varorna, dels till att värdet av genomsnittsköpet stiger.

Varor, som märks med "Tillfälligt Parti", är i huvudsak färskvaror, som köps in i partier till fördelaktigt pris och sedan säljs så länge partiet räcker. Genom "Tillfälligt Parti" får Hemköp ökad flexibilitet i inköpen och ett bättre utbud.

Marknadsföring

Hemköps marknadsföring är dels strategisk, dels operativ. Den strategiska marknadsföringen bygger i huvudsak på åtgärder för att öka kundförtroendet och bedrivs gemensamt för hela kedjan. Åtgärderna kompletteras med olika kampanjer, som ger avkastning under lång tid och bidrar därmed till kostnadseffektivitet i marknadsföringen.

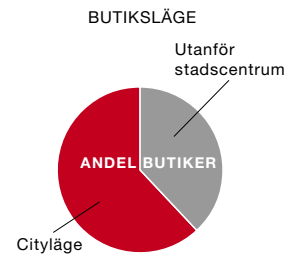
Den operativa marknadsföringen bedrivs på lokal nivå inom ramen för det sammanhållna konceptet. I och med att extrapriser och veckoannonsering avskaffats har denna form av marknadsföring kraftigt begränsats.

Hemköps kundtidning, Matnyttigt, ges ut fyra gånger per år med en upplaga ◆





Som första rikstäckande kedja försåg Hemköp under 1999 sitt kundkort med ett chip för en så kallad cash-funktion.



Hemköp har en bra balans i butiksstrukturen med såväl attraktiva citylägen som butiker i externa köpcentra.



Hemköps miljöarbete ska ligga i frontlinjen och driva på utvecklingen mot ett ekologiskt uthålligt samhälle.

Hemköp lägger stor vikt vid en tydlig profil och har enligt Sifos mätningar arbetat upp ett gediget kundförtroende. Affärsidén bygger på hörnstenarna kvalitet, miljö och hälsa med betoning på god etik.

♦ på cirka 1,5 miljoner exemplar. Syftet är att föra en dialog med konsumenten, öka kunskapen om Hemköp och föra ut Hemköps koncept. Kunderna erbjuds att bli medlemmar i Hemköp Club, vilket berättigar till ett antal förmånliga erbjudanden varje vecka.

Hemköp har även ett kundkort som fungerar som betalkort med sparfunktion där kunden månatligen kan sätta in ett belopp i förskott. Ränta utgår på behållningen. Som första rikstäckande kedja försåg Hemköp under 1999 sitt kundkort med ett chip för en så kallad cash-funktion.

Företagskultur och personal

Hemköp hade under 1999 cirka 4.300 medarbetare, vilket motsvarar drygt 2.700 årsanställda. En kraftigt bidragande orsak till Hemköps framgångar på marknaden är den starka företagskulturen som bygger på en kompetent, motiverad och engagerad personal samt en decentraliserad organisation.

Genom vinstdelningssystemet, vilket innebär att 10 procent av respektive butiks nettoresultat tillfaller de anställda och fördelas i förhållande till antalet arbetade timmar, förankras lönsamhetstänkandet i hela organisationen. Butikschefer och företagsledning omfattas av incitamentsprogram med optioner och tantiem.

Cheferna har en nyckelroll som tolkare och förmedlare av företagskulturen. Därför är internrekrytering och internutbildning av ledare ett viktigt moment i Hemköps strategi.

Totalt 60 procent av butikscheferna är internrekryterade. Det nuvarande chefsförsörjningsprogrammet är omfattande och avsikten är att till största delen tillgodose kommande behov av kompetenta och engagerade butikschefer.

Leverantörer och inköp

D&D Varuförsörjning är Hemköps huvudleverantör av specier, charkvaror, djupfrysta varor och kem-tekniska artiklar. D&D Varuförsörjning fungerar både som leverantör av lagerförda varor och som distributör och logistikpartner vid leveranser från andra svenska och utländska leverantörer. Av Hemköps totala inköp svarar D&D Varuförsörjning för cirka 50 procent. Förhållandet mellan Hemköp och D&D Varuförsörjning regleras enligt avtal på marknadsmässiga villkor.

Övriga leverantörer inkluderar bland annat leverantörer av mejeriprodukter, bröd, kött, chark, drycker och tidningar. Saba Trading är Hemköps huvudleverantör av frukt och grönt.

Expansion och investeringar

Hemköps verksamhet genererar fortlöpande ett starkt kassaflöde, vilket har gjort det möjligt för företaget att finansiera investeringarna med egna medel. Den fortsatta expansionen ska ske både genom utveckling av den nuvarande verksamheten och etablering av nya butiker.

Ursprungligen etablerade sig Hemköp i huvudsak i trafikorienterade lägen utanför städernas centrum. Under den senaste tioårsperioden har verksamheten kompletterats med citylägen.

Jämfört med övriga stora aktörer har Hemköp en fördelaktig butiksstruktur. Den genomsnittliga årsomsättningen uppgick 1999 till 53,4 mkr per butik, exklusive moms, vilket bland annat innebär att Hemköp inte har några små butiker med årsomsättning under 20 mkr. Hemköp kan därför koncentrera sig på en offensiv utbyggnad av butiks nät.

Den trånga sektorn är tillgången på bra lokaler med rätt läge och en rimlig hyres-

nivå. Nyetableringar kan ske genom övertagande av redan existerande butiker eller genom nybyggnation. Hemköp tillämpar båda alternativen. Totalt uppgick Hemköps investeringar 1999 till 135 mkr jämfört med 123 mkr 1998. Under året öppnades fem nya butiker och nio genomgick större renoveringar och/eller utbyggnad. Ett helt nytt storbutiks koncept, Hemköp Plus, introducerades i Valbo och Linköping.

Under 1998 och 1999 har ett stort antal butikslägen bearbetats med stark tonvikt på storstäderna Stockholm, Göteborg och Malmö. Viktigaste kriteriet är att varje etablering ska kunna generera en bruttoomsättning på minst 60 mkr per år.

Miljöarbetet

Hemköps ambition med miljöarbetet är att ligga i branschens frontlinje och att i samarbete med kunder, leverantörer och myndigheter driva på utvecklingen mot ett ekologiskt uthålligt samhälle. I detta arbete ses lagar och myndighetsbeslut som minimikrav. Som en del i miljöarbetet delar Hemköp varje år ut ett miljöpris till en leverantör eller producent.

Helhetssyn

Hemköp har en helhetssyn på organisation, produkter och tjänster. Vid inköp och prissättning prioriteras varor och material, som uppfyller kraven för kretsloppssamhället. Ekologiska, KRAV-märkta varor tillsammans med ett utvecklat nätverk av lokala producenter ger grunden till detta. Dessutom finns ett omfattande utbud av varor som är miljömärkta med Svanen eller Bra miljöval. Hemköps eget varumärke "Vårt eget" har en klar miljöprofil. Av de drygt 300 produkterna är ett 60-tal miljömärkta. Det är enkelt att handla miljömärkta varor på Hemköp

tack vare en tydlig hyllkantsmarkering.

Hemköp arbetar också konsekvent med att exponera de miljömärkta varorna och ge dessa en bra placering i butiken. Detta i kombination med ett stort sortiment har lett till att Hemköp har en större andel försäljning av miljömärkta varor än genomsnittet för handeln i stort.

Hemköp kräver att varje leverantör avger en miljödeklaration, som ligger till grund för att dela in leverantörerna i olika miljö kategorier. De som har de lägsta värdena uppmanas att vidta olika miljöbärande åtgärder. Hemköp kan även avstå från att anlita en leverantör av miljömässiga skäl.

Organisation av miljöarbetet

Hemköps miljöarbete bygger på en stark lokal förankring bland medarbetare, leverantörer och kunder. Varje år görs uppföljningar och nya mätbara mål sätts. Alla medarbetare ska veta varför miljöfrågorna har en central roll i Hemköps affärsidé och hur var och en ska arbeta för att minska den negativa miljöpåverkan från verksamheten.

I Hemköps långsiktiga systematiska arbete med miljöfrågor har en anpassning och strukturering av verksamheten påbörjats i enlighet med miljöledningsstandard ISO 14001.

Etik och värderingar

Hemköp har en seriös och klart uttalad syn på moral och etik i kund- och affärsrelationer. Det övergripande målet för arbetet är att skapa långsiktig kundnytta och lönsamma relationer, där en god affärsrelation måste innehålla fördelar för båda parter.

Hemköps butiker säljer endast svenskt kött. Genom att kontraktera uppfödare ♦



Hemköp genomförde under hösten en kampanj för ekologiska varor i samarbete med den internationellt kände fotografen Mattias Klum.



Från början var alla bananer ekologiska.



Ekologiska bananer odlas utan besprutning och konstgödsel och får därför märkas med KRAV. Bilden på den uppspannande Keblimakahansen är tagen av den världskände fotografen Mattias Klum vid en fjorton månaders expedition i Borneos regnskogar.



Vi tar miljön på allvar.

♦ som bara producerar för Hemköp har företaget insyn i hela kedjan från producent till den egna butiken. Hemköp har sagt nej till försäljning av kött från rasen Belgisk blå, nej till regelmässig användning av antibiotika i djurfoder och nej till långa och plågsamma djurtransporter.

Hemköp har tillsammans med konsumentorganisationer och handel drivit kraven på en tydlig märkning av produkter med genmodifierade ingredienser. Kundnyttan och den allmänna kunskapen avseende genmodifiering och dess konsekvenser är idag begränsade. Hemköps policy är att konsumenten måste ges rätten att själv välja – eller välja bort – genmodifierade livsmedel. ■

Styrelsen och verkställande direktören i Hemköpskedjan AB (publ.) får härmed avge årsredovisning och koncernredovisning för verksamhetsåret 1999.

Verksamhet

Hemköp är en butikskedja med 100 (95) Hemköp-butiker från Boden i norr till Ystad i söder med verksamheten uppdelad i två regioner. Regionerna har under verksamhetsåret reducerats från fyra till två, Nord och Syd. Hemköp-koncernen bedriver detaljhandel med i huvudsak dagligvaror med stark fokusering på kvalitet, miljö och hälsa. I koncernen ingår också bageriverksamhet med 17 (15) bagerier som uteslutande levererar bröd till Hemköps butiker. Vid årsskiftet saluförde 74 (67) butiker bröd från eget bageri.

Butiksnätets fördelning mellan de två regionerna var vid utgången av verksamhetsåren:

	Antal butiker		Andel försäljning, %	
	1999	1998	1999	1998
Region Nord	57	54	52	52
Region Syd	43	41	48	48
	100	95	100	100

I Hemköp-koncernen ingick vid årsskiftet, förutom moderbolaget, även Hemköpskedjan Svenska AB, Hemköpskedjans Lokalhyres AB, Hemköp i Falun AB, Hemköpsbageriet i Falun AB samt 102 butiksbolag, varav 100 är rörelsedrivande. Butiksbolagen bedriver verksamhet i kommission för Hemköpskedjan Svenska ABs räkning. Hemköp i Falun AB bedriver konsultverksamhet inom handel, medan Hemköpskedjans Lokalhyres AB tecknar och administrerar hyresavtal för lokaler där butiksbolagen bedriver verksamhet.

Förvaltningsberättelse

HEMKÖPSKEDJAN AB (PUBL.), ORG. NR. 556542-0824

Marknaden

Hemköp fortsätter att ta ytterligare andelar på den svenska dagligvarumarknaden. Volymutvecklingen för branschen har jämfört med såväl 1997 som 1998 förbättrats och uppgick enligt branschstatistik (HUI) till 2,3 procent under året. Det är framför allt butikskoncept inom lågpris och storbutiker som svarar för en stark tillväxt, medan traditionella dagligvarubutiker uppvisar en mer blygsam utveckling. Julhandeln innebar en förbättring jämfört med de senaste två åren med en volymökning för branschen med cirka 4,5 procent.

Försäljning och resultat

Hemköps nettoomsättning ökade under 1999 med 7,7 (5,0) procent till 5.338 (4.958) mkr, vilket innebär en volymökning med 6,6 (3,2) procent. Försäljningsökningen kan huvudsakligen hänföras till nya och ombyggda butiker, men även jämförbara butiker visade en positiv utveckling och hävdar sig väl på marknaden.

Rörelseresultatet ökade med en procent och uppgick till 162 (161) mkr. Rörelsemarginalen uppgick till 3,0 (3,2) procent. Det omfattande nyetableringsprogrammet under de senaste två åren, med ett tillskott om totalt 11 nya butiker och tre nya bagerier, har medfört kraftigt ökade investeringar. Dessa butiker har under 1999 belastat rörelseresultatet med drygt 20 mkr mer än föregående år. Orsaken är främst en svagare försäljningsutveckling i dessa nyetablerade butiker än förväntat, vilket bidragit till pressad bruttomarginal samt ökade relativa personalkostnader och avskrivningar.

Finansnettot uppgick till 0,6 mkr jämfört med 1,6 mkr föregående år, varför resultatet efter finansiella poster blev 163 (162) mkr. Vinstmarginalen var 3,1 (3,3) procent.

Finansiell ställning

Koncernens likvida medel uppgick per 31 december till 181 (216) mkr. Netto räntebärande tillgångar uppgick till 164 (199) mkr. Koncernen har därutöver en outnyttjad kredit på 80 (80) mkr.

Soliditeten uppgick till 35,2 (34,7) procent och skuldsättningsgraden var 0,0 (0,1).

Investeringar

Investeringarna uppgick till 135 (123) mkr. Huvuddelen av investeringarna avser nyetablerade och ombyggda butiker och bagerier, samt investeringar i datakassasystem.

Väsentliga händelser

Hemköp etablerade under verksamhetsåret fem nya butiker, i Västerås, Valbo och Oskarshamn under våren samt i Lerum och Borlänge under hösten. Butiken i Valbo är Hemköps hittills största butik med cirka 5.500 kvm säljyta och med ny storbutiksprofil, som marknadsförs under namnet Hemköp Plus. Dessutom har nio butiker byggts om, varav fyra har byggts ut och därmed tillfört ytterligare försäljningsyta. Beslut har fattats att avveckla två butiker, Ljungby och Sala, vilket kommer att ske under hösten 2000.

Nya bagerier har under året tagits i drift i Valbo och i Oskarshamn. Efter årsskiftet har ytterligare ett leveransbageri för Hemköps butiker i Stockholmsregionen förvärvat.

Under året har ytterligare 18 butiker utrustats med Hemköps nya datakassasystem, som därmed installerats i 66 av 100 Hemköp-butiker. Investeringarna för detta uppgick under året till knappt 13 mkr. Investeringen syftar till rationellare och mer kostnadseffektiv hantering i butikernas kassalinjer samt effektivare inköpsrutiner. Projektet kommer att slutföras under år 2000. ♦

◆ Det Nya Dagligvarubolaget

Under verksamhetsåret enades styrelserna i Hemköp och D&D Dagligvaror (D&D), om villkoren för ett samgående mellan de båda bolagen som jämbördiga parter. Genomförandet innebär att en av Nordens största dagligvarukoncerner bildas. I samband med samgåendet förvärvar D&D samtliga aktier i Axel Johnson AB:s helägda dotterföretag Spar i Sverige AB och Spar Inn Snabbgross AB.

Därefter förvärvar Hemköpskedjan Axel Johnson ABs aktieinnehav i Spar Finland Abp om 145.000 K-aktier och 25.000 A-aktier samt MeritaNordbankens aktieinnehav i Spar Finland om 243.532 K-aktier och 41.797 A-aktier mot kontant likvid om totalt cirka 153 mmk (cirka 223 mkr). Aktieinnehavet i Spar Finland kommer efter förvärvet att motsvara 65,9 procent av rösterna och 40,1 procent av kapitalet. Spar Finland noteras på Helsingforsbörsens I-lista.

I det nya bolaget kommer Axel Johnson AB att inneha cirka 47 procent av såväl röster som kapital, sedan endast ett aktieslag införts.

Av de aktieägare i D&D som erbjudandet riktat sig till hade den 25 februari 2000 drygt 98,4 procent accepterat erbjudandet, vilket motsvarar en nyemission om 1.511 mkr. Det innebär att samtliga villkor för erbjudandet är uppfyllda. Anmälningstiden för erbjudandet har förlängts till 17 mars 2000.

Utsikter inför 2000

Volymutvecklingen för dagligvarumarknaden var svag under 1997 och 1998 medan 1999 innebar en vändning. Den nivå som uppnåtts under året förväntas bestå även det närmaste året. Enligt HUI:s bedömningar kommer handeln generellt även under 2000 att påverkas positivt, då ett antal grundläggande faktorer på det makroekonomiska området såsom inflation, reallöneinkomster, arbetslöshet etc., visar en gynnsam utveckling.

Det sker för närvarande en rad omstruktureringar inom dagligvarumarknaden i Sverige, där bland annat holländska Ahold förvärvar 50 procent av ICA samtidigt som KF ökar sitt engagemang tillsammans med sina motsvarigheter i Danmark och Norge. Mot bakgrund bland annat av

detta, förväntas prisutvecklingen på dagligvarumarknaden bli fortsatt måttlig.

Löneavtal har träffats för 2000, vilket kommer att medföra lönekostnadsökningar med cirka tre procent från och med april. Dessa ökningarna kommer inom Hemköp att mötas med fortsatt ökad förädling och rationaliseringar i butikerna.

Styrelsens arbete

Hemköps styrelse har under 1999 bestått av sju ledamöter valda av bolagsstämman samt två ledamöter med två suppleanter utsedda av de anställda. Bland de bolagsstämmodalda ledamöterna återfinns dels personer med anknytning till Axel Johnson koncernen, men också oberoende personer. Verkställande direktören har ingått i styrelsen.

På extra bolagsstämma i februari 2000 har ny styrelse valts, vilken omfattar nio ledamöter. Den nya styrelsen tillträder först när Hemköps förvärv av D&D har fullföljts, d v s när samtliga villkor för nyemissionens genomförande har uppfyllts.

Styrelsen skall enligt aktuell arbetsordning ha minst fem styrelsemöten per år. Under 1999 sammanträdde styrelsen tio gånger. Verkställande direktören framlägger vid varje möte ekonomisk och finansiell rapport över verksamheten och tillställer därutöver styrelsen en månatlig rapportering innehållande viktiga händelser samt ekonomisk information i sammandrag. Styrelsen behandlar årligen revisorernas rapport, av vilken framgår bland annat huruvida bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och bolagets ekonomiska förhållanden kontrolleras på ett betryggande sätt.

För bolaget finns en lönekommitté som handlägger frågor rörande ledande befattningshavares anställnings- och pensionsvillkor. Denna kommitté består av Antonia Ax:son Johnson, Göran Ennerfelt och Marcus Storch.

Affärsrelationer med Axel Johnson koncernen

Samtliga relationer med andra bolag inom Axel Johnson koncernen, inklusive dess intressebolag D&D, sker på marknadsmässiga villkor. D&D Varuförsörjning AB (tidigare Dagab) nyttjas av Hemköp för

logistik, lagerhantering och transport av cirka 50 procent av Hemköps varuflöde.

Förhandlingar om prisuppgörelser sker dock direkt mellan Hemköp och respektive producent eller leverantör.

Hemköp har sedan juli 1998 ett tvåårigt samarbetsavtal med D&D avseende butiksetableringar. Under avtalsperioden skall Hemköp tillföras minst tio nya butiker mot en årlig avgift på 0,5 procent på dessa butikers nettoomsättning.

För 40 av de totalt 100 butikslokaler Hemköp hyr, är bolag inom Axel Johnson koncernen hyresvärd. Hyresavtalen är marknadsmässiga och ligger i nivå med övriga hyresavtal. Samtliga dessa hyresavtal är sedan årsskiftet 1998/99 omsättningsrelaterade.

SPP

SPP har lämnat ett preliminärt besked till Hemköp om att Hemköp kan komma att erhålla återbetalning om cirka 7,7 mkr av till SPP inbetald premie. Tidpunkt och form för utbetalningen har ej fastställts. Dessa medel har inte till någon del intäktförts under verksamhetsåret.

Moderbolaget

Nettoomsättningen i moderbolaget uppgick under verksamhetsåret till 24,9 (24,0) mkr. Resultatet efter finansiella poster uppgick till 0,6 (1,2 exklusive anteciperad utdelning) mkr.

Förslag till vinstdisposition

Koncernen

Enligt upprättad koncernbalansräkning uppgick koncernens fria egna kapital till 162,8 mkr. Ingen avsättning till bundna reserver föreslås.

Moderbolaget

Till bolagsstämmans förfogande står följande vinstmedel:	
Balanserad vinst	82.445.900
Årets vinst	571.914
Kronor	83.017.814

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att:

Till aktieägarna utdelas	
2,60 kr per aktie	65.000.000
I ny räkning överföres	18.017.814
Kronor	83.017.814

Resultaträkningar

Belopp i mkr	Not	Koncernen		Moderbolaget	
		1999	1998	1999	1998
Nettoomsättning	4	5.337,8	4.957,8	24,9	24,0
Kostnad för sålda varor	1,2,4	-4.148,3	-3.858,6	-	-
Bruttoresultat		1.189,5	1.099,2	24,9	24,0
Försäljningskostnader	1,2,3	-983,9	-895,2	-	-
Administrationskostnader	1,2,3	-140,6	-127,9	-24,8	-23,8
Övriga rörelseintäkter		97,2	84,5	0,5	1,0
Rörelseresultat		162,2	160,6	0,6	1,2
<i>Resultat från finansiella poster</i>					
Resultat från andelar i koncernföretag	5	-	-	-	78,0
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	6	1,5	2,5	0,0	0,0
Räntekostnader och liknande resultatposter	7	-0,9	-0,9	0,0	0,0
Resultat före skatt		162,8	162,2	0,6	79,2
Skatt på årets resultat	8	-45,8	-45,6	0,0	-
Årets resultat		117,0	116,6	0,6	79,2

Balansräkningar

Belopp i mkr	Not	Koncernen		Moderbolaget	
		1999-12-31	1998-12-31	1999-12-31	1998-12-31
TILLGÅNGAR					
Anläggningstillgångar					
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>					
Hyresrätter och liknande rättigheter	9	15,2	15,2	–	–
Goodwill	10	7,9	9,1	–	–
		23,1	24,3	–	–
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>					
Byggnader och mark	11	3,4	3,5	–	–
Inventarier, verktyg och installationer	12	360,9	291,9	–	–
		364,3	295,4	–	–
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>					
Andelar i koncernföretag	13	–	–	133,2	133,2
Andra långfristiga fordringar	14	8,9	9,3	8,1	8,4
		8,9	9,3	141,3	141,6
Summa anläggningstillgångar		396,3	329,0	141,3	141,6
Omsättningstillgångar					
<i>Varulager m. m.</i>					
Färdiga varor och handelsvaror		326,5	279,5	–	–
		326,5	279,5	–	–
<i>Kortfristiga fordringar</i>					
Kundfordringar		75,7	44,8	–	–
Fordringar hos koncernföretag		10,2	1,5	98,0	171,2
Skattefordringar		13,1	–	1,1	1,1
Övriga fordringar		1,6	1,6	0,6	–
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		39,7	39,7	7,5	–
		140,3	87,6	107,2	172,3
<i>Kassa och bank</i>		181,0	215,5	–	–
Summa omsättningstillgångar		647,8	582,6	107,2	172,3
SUMMA TILLGÅNGAR		1.044,1	911,6	248,5	313,9

Belopp i mkr	Not	Koncernen		Moderbolaget	
		1999-12-31	1998-12-31	1999-12-31	1998-12-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER					
Eget kapital	15				
<i>Bundet eget kapital</i>					
Aktiekapital		125,0	125,0	125,0	125,0
Bundna reserver/Reservfond		80,1	41,1	25,0	23,2
		205,1	166,1	150,0	148,2
<i>Fritt eget kapital</i>					
Fria reserver/Balanserad vinst		45,8	33,2	82,4	70,0
Årets resultat		117,0	116,6	0,6	79,2
		162,8	149,8	83,0	149,2
		367,9	315,9	233,0	297,4
Avsättningar					
Avsättningar för pensioner	16	8,0	8,4	8,0	8,4
Avsättningar för latent skatt		67,2	52,7	–	–
		75,2	61,1	8,0	8,4
Långfristiga skulder	17				
Övriga skulder		7,3	6,5	–	–
		7,3	6,5	–	–
Kortfristiga skulder					
Leverantörsskulder		365,8	217,2	0,1	0,2
Skulder till koncernföretag		7,9	75,5	0,5	0,2
Skatteskulder		–	26,6	–	–
Övriga skulder		33,6	33,7	0,9	0,9
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		186,4	175,1	6,0	6,8
		593,7	528,1	7,5	8,1
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		1.044,1	911,6	248,5	313,9
Ställda säkerheter					
<i>För egna skulder och avsättningar</i>					
Fastighetsinteckningar	17	3,3	3,3	–	–
Företagsinteckningar	17	32,3	32,3	–	–
Fondförsäkringar	16	7,7	8,1	7,7	8,1
Aktier i koncernföretag (nettotillgångar)		0,9	0,4	–	–
		44,2	44,1	7,7	8,1
Ansvarsförbindelser					
Borgensförbindelser, övriga		–	0,2	–	–
		–	0,2	–	–

Kassaflödesanalys

Belopp i mkr	Koncernen		Moderbolaget	
	1999	1998	1999	1998
Den löpande verksamheten				
Resultat efter finansiella poster	162,8	162,2	0,6	79,2
Avskrivningar som belastat resultatet	67,4	54,9	-	-
Betald skatt	-71,0	-40,2	0,0	-0,5
Från årets verksamhet internt tillförda medel	159,2	176,9	0,6	78,7
Förändring av rörelsekapital				
Förändring av varulager	-47,0	-26,8	-	-
Förändring av kortfristiga fordringar, exkl. skattefordringar	-39,6	-5,3	65,1	-13,8
Förändring av kortfristiga skulder, exkl. skatteskulder	92,2	25,4	-0,6	0,1
	5,6	-6,7	64,5	-13,7
Kassaflöde från den löpande verksamheten	164,8	170,2	65,1	65,0
Investeringar				
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-135,1	-123,5	-	-
Kassaflöde efter investeringar	29,7	46,7	65,1	65,0
Finansiering				
Förändring av pensionsskulder	-0,4	-0,9	-0,4	8,4
Förändring av långfristiga övriga skulder	0,8	-9,5	-	-
Förändring av finansiella anläggningstillgångar	0,4	0,8	0,3	-8,4
Utdelning till aktieägare	-65,0	-65,0	-65,0	-65,0
	-64,2	-74,6	-65,1	-65,0
Förändring likvida medel	-34,5	-27,9	-	-
Likvida medel vid årets början	215,5	243,4	-	-
Likvida medel vid årets slut	181,0	215,5	-	-

Redovisningsprinciper och noter

(Belopp i mkr om inget annat anges)

Allmänt

Redovisningsrådets rekommendationer tillämpas vid upprättande av koncernens bokslut. Inga väsentliga förändringar av Hemköpskedjans redovisnings- och värderingsprinciper har gjorts sedan föregående års bokslut.

Principer vid upprättande av koncernredovisning

Vid upprättandet av koncernredovisningen har förvärvsmetoden använts.

I koncernredovisningen har Redovisningsrådets rekommendation tillämpats. Koncernredovisningen innehåller således inga förändringar av obeskattade reserver i resultaträkningen respektive inga obeskattade reserver i balansräkningen. För de dispositioner som gjorts i enskilda koncernföretag redovisas i koncernens resultaträkning som skatt den på dessa dispositioner belöpande latent skatten 28 procent, medan resterande del ingår i "Årets resultat". I balansräkningen för koncernen redovisas i konsekvens härmed 28 procent av de enskilda koncernföretagens obeskattade reserver under rubriken "Avsättningar för latent skatt", medan resterande del redovisas under "Eget kapital", bundna reserver.

Koncernuppgifter

Bolaget är dotterföretag till Priab AB, organisationsnummer 556039-2226 med säte i Stockholm. Priab AB ingår i Axel Johnson Gruppen, där Axiom International AB, organisationsnummer 556245-2549 med säte i Stockholm, upprättar koncernredovisning för den största koncernen. Priab AB:s innehav uppgick vid utgången av 1999 till 44 procent av kapitalet, motsvarande 66 procent av antalet röster.

Övriga värderingsprinciper

Forordningar

Forordningar har efter individuell prövning upptagits till belopp varmed de beräknas inflyta.

Varulager

Varulagret har värderats till det lägsta av anskaffningsvärdet och verkligt värde.

Avskrivningsprinciper för anläggningstillgångar

Avskrivningar enligt plan är beräknade på anläggningarnas ursprungliga anskaffningsvärden. Avskrivningssatserna baseras på anläggningarnas beräknade ekonomiska livslängd. Följande avskrivningssatser tillämpas:

Avskrivningssatser, %

Inventarier	12,5
Byggnader	2,5
Fastighetsinventarier	5,0
Markanläggningar*	5,0
Ombyggnationer i hyrda lokaler	12,5
Goodwill	10-20

*3,75 % på anskaffningar före 1990-09-01

Leasing

Leasing klassificeras i koncernredovisningen antingen som finansiell eller operationell leasing. Finansiell leasing föreligger då de ekonomiska riskerna och förmånerna som är förknippade med ägandet i allt väsentligt är överfört till leasetagaren. Om så ej är fallet är det fråga om operationell leasing. I korthet innebär finansiell leasing att berörda anläggningstillgångar redovisas som tillgångspost i balansräkningen medan en motsvarande skuld bokförs på passivsidan av balansräkningen. I resultaträkningen fördelas leasingkostnaden på en avskrivningsdel, medan resterande del redovisas som räntekostnader. Från och med 1997-01-01 redovisas samtliga ingångna leasingavtal, förutom leasingavtal avseende operationell leasing, enligt reglerna för finansiell leasing. Anskaffningsvärdet av sådana tillgångar som förhyrs via leasingavtal tecknade före 1997-01-01, uppgick per 1999-12-31 totalt till 2,5 (5,8) mkr. Avtalstiden är 3-4 år. Samtliga lokalhyresavtal behandlas som operationell leasing.

Not 1 UPPGIFTER OM PERSONAL SAMT ERSÄTTNINGAR TILL STYRELSE, VD OCH REVISORER

Medelantalet anställda				
(för att beräkna årsarbetstid har använts 1.600 timmar)				
	1999	Varav män	1998	Varav män
Moderbolaget	46	21	41	21
Dotterföretagen	2.665	799	2.485	747
Koncernen totalt	2.711	820	2.526	768

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader				
	Löner och ersättningar	Sociala kostnader	Löner och ersättningar	Sociala kostnader
Moderbolaget	15,3	6,2	14,3	5,6
<i>Varav pensionskostnader</i>		<i>1,0</i>		<i>0,9</i>
Dotterföretagen	521,1	203,2	473,7	182,4
<i>Varav pensionskostnader</i>		<i>20,3</i>		<i>18,5</i>
Koncernen totalt	536,4	209,5	488,0	188,0
<i>Varav pensionskostnader ^{1), 2)}</i>		<i>21,4</i>		<i>19,4</i>

¹⁾ Av moderbolagets pensionskostnader avser 0,4 (0,4) mkr styrelse, VD och vVD. Av pensionskostnader i dotterföretagen avser 1,2 (1,3) mkr VD.

²⁾ Koncernens utestående pensionsförpliktelser till styrelse, VD och vVD uppgick till 4,2 (4,1) mkr.

Löner och andra ersättningar fördelade mellan styrelseledamöter m. fl. och övriga anställda

	1999		1998	
	Styrelse, VD och vVD	Övriga anställda	Styrelse, VD och vVD	Övriga anställda
Moderbolaget	4,0 ¹⁾	11,3	4,2 ¹⁾	10,1
Dotterföretagen	34,4 ²⁾	486,7	34,2 ²⁾	439,5
Koncernen totalt	38,4	498,1	38,4	449,6

¹⁾ Varav tantiem 1,0 (1,3). ²⁾ Varav tantiem 15,7 (15,2).

Det årliga styrelsearvodet fastställdes enligt bolagsstämmbeslut 1999 till 700 tkr. Härav utgör 200 tkr arvode till styrelsens ordförande. Arvodet utbetalas i sin helhet efter årsskiftet.

Lön och övriga ersättningar exklusive tantiem till verkställande direktören uppgick till 1.599 tkr, varav 836 tkr till Nils-Erik Johansson för perioden januari - juni 1999 och 763 tkr till Håkan Matz för perioden juli - december 1999. Tantiem till verkställande direktören utgår med en procent avseende Nils-Erik Johansson och en halv procent avseende Håkan Matz, av den del av Hemköp-koncernens redovisade resultat före bokslutsdispositioner och skatter som överstiger 63 mkr, dock maximalt med en årslön och utbetalas årsvis i efterskott. För 1999 har 759 tkr reserverats som tantiem. Nils-Erik Johansson avgick med pension per 1999-06-30. Enligt anställningsavtalet med verkställande direktören är uppsägningstiden ömsesidigt 6 månader. Vid uppsägning från bolagets sida är VD utöver lön under uppsägningstiden berättigad till avgångsersättning med 12 månadslöner. Pensionsåldern för verkställande direktören är 62 år. För ledande befattningshavare i Hemköp-koncernen finns inga avtal avseende avgångsvederlag. Pensioner till ledande befattningshavare följer sedvanliga pensionsplaner.

Utöver den ordinarie lönen finns ett vinstdelningssystem som omfattar samtliga anställda utom butikschefer och koncernledning, till vilka det utgår tantiem. Vinstdelningssystemet innebär att 10 procent av respektive butiks resultat tillfaller de anställda i relation till arbetad tid. Under 1999 utgick totalt 21,0 (18,9) mkr i vinstdelning. Axel Johnson AB har till ett nittiotal ledande befattningshavare inom Hemköp utställt optioner om köp av Hemköpsaktier. Optionerna löper ut år 2000.

Ersättning till revisorerna Per Bergman och Ola Forsberg, KPMG, uppgick för revisionsuppdrag i koncernen sammantaget till 0,5 (0,5) mkr och för andra uppdrag i koncernen till 0,4 (0,2) mkr. Ingen del av dessa arvoden har kostnadsförts i moderbolaget, utan redovisas i sin helhet av dotterföretaget Hemköpskedjan Svenska AB.

Not 2 AVSKRIVNINGAR

Avskrivningar enligt plan fördelade per tillgång	Koncernen	
	1999	1998
Goodwill	1,2	1,2
Byggnader och mark	0,1	0,1
Inventarier, verktyg och installationer	66,1	53,6
	67,4	54,9

Avskrivningar enligt plan fördelade per funktion		
Kostnad för sålda varor	8,1	6,6
Försäljningskostnader	51,9	42,3
Administrationskostnader	7,4	6,0
	67,4	54,9

Not 3 OPERATIONELL LEASING

Samtliga butiks- och kontorslokaler, i vilka 16 av 17 bagerier ingår, förhyrs och behandlas enligt reglerna för operationell leasing. Avtalstiden uppgick vid slutet av 1999 till i genomsnitt knappt 4 år. Hyresavtalen förlängs normalt med 3-5 år. 82 procent av hyresavtalen är omsättningsrelaterade medan resterande har fast hyra. Moderbolaget har ej ingått några hyresavtal.

Räkenskapsårets hyror	Koncernen	
	1999	1998
	191,3	181,4

Avtalade framtida hyror ¹⁾						
2000	2001	2002	2003	2004	2005-	
209,1	201,7	182,6	131,2	53,9	78,4	

¹⁾ För beräkning av omsättningsbaserade hyresavtal har budgeterad omsättning för 2000 använts. Fasta hyresavtal är beräknade efter 1999 års nivå.

Not 4 FÖRSÄLJNING TILL OCH INKÖP FRÅN KONCERNFÖRETAG

Av moderbolagets nettoomsättning avser 100 procent försäljning till koncernföretag. Av koncernens inköp avser ca 50 (50) procent inköp som är levererade eller förmedlade av andra företag inom Axel Johnson koncernen, inklusive intresseföretaget D&D.

Not 5 RESULTAT FRÅN ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

Intäkten avser anteciperad utdelning från det helägda dotterföretaget Hemköpskedjan Svenska AB.

Not 6 ÖVRIGA RÄNTEINTÄKTER OCH LIKANDE RESULTATPOSTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	1999	1998	1999	1998
Ränteintäkter, övriga	1,5	2,5	0,0	0,0

Not 7 RÄNTEKOSTNADER OCH LIKANDE RESULTATPOSTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	1999	1998	1999	1998
Årets räntedel i finansiella leasingavtal	0,3	0,4	-	-
Övrigt	0,6	0,5	0,0	0,0
	0,9	0,9	0,0	0,0

Not 8 SKATT PÅ ÅRETS RESULTAT

	Koncernen	
	1999	1998
Betald skatt	-31,3	-31,3
Latent skatt	-14,5	-14,3
	-45,8	-45,6

Latent skatt är i sin helhet hänförlig till obeskattade reserver i de enskilda koncernföretagen.

Not 9 HYRESRÄTTER OCH LIKANDE RÄTTIGHETER

Det bokförda värdet motsvarar anskaffningsvärdet.

Not 10 GOODWILL

	Koncernen	
	1999	1998
Akkumulerade anskaffningsvärden	12,5	12,5
<i>Akkumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	-3,4	-2,2
Årets avskrivning	-1,2	-1,2
Vid årets slut	-4,6	-3,4
Planenligt restvärde vid årets slut	7,9	9,1

Not 11 BYGGNADER OCH MARK

Byggnader	Koncernen	
	1999	1998
Akkumulerade anskaffningsvärden	2,3	2,3
<i>Akkumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	-0,4	-0,3
Årets avskrivning	-0,1	-0,1
Vid årets slut	-0,5	-0,4
	1,8	1,9

Byggnader på ofri grund		
Akkumulerade anskaffningsvärden	1,4	1,4
<i>Akkumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	-1,3	-1,2
Årets avskrivning	0,0	-0,1
Vid årets slut	-1,3	-1,3
	0,1	0,1

Mark och markanläggningar

Akkumulerade anskaffningsvärden	1,9	1,9
<i>Akkumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	-0,4	-0,4
Vid årets slut	-0,4	-0,4
	1,5	1,5

Planenligt restvärde vid årets slut	3,4	3,5
Taxeringsvärden, byggnader	2,1	2,1
Taxeringsvärden, byggnader på ofri grund	9,4	8,4
Taxeringsvärden, mark	0,2	0,2
	11,7	10,7

Not 12 INVENTARIER, VERKTYG OCH INSTALLATIONER

	Koncernen	
	1999	1998
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	488,6	373,7
Nyanskaffningar	135,1	123,6
Avyttringar och utrangeringar	-54,3	-8,7
	569,4	488,6

<i>Akkumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	-196,7	-151,8
Avyttringar och utrangeringar	54,3	8,7
Årets avskrivning	-66,1	-53,6
Vid årets slut	-208,5	-196,7
Planenligt restvärde vid årets slut	360,9	291,9

Inventarier som innehas under finansiella leasingavtal ingår med följande belopp

Anskaffningsvärde	12,3	9,4
Akkumulerade avskrivningar	-2,5	-1,2
	9,8	8,2

Under övriga kort- respektive långfristiga skulder i koncernen redovisas motsvarande skulder för framtida betalningar avseende finansiell leasing. Dessa förfaller per år med:

2000	2,3
2001	3,2
2002	2,6
2003	1,3

Not 13 ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

Moderbolagets andelar i koncernföretag 133,2 (133,2) mkr utgörs av samtliga aktier (100.000) i Hemköpskedjan Svenska AB, organisationsnummer 556113-8826, med säte i Falun. Av Hemköpskedjan Svenska AB:s aktieinnehav i dotterföretag utgör innehavet i Hemköpskedjans Lokallyres AB 99 procent av såväl kapital som röster, medan övriga dotterföretag är helägda, enligt följande:

Dotterföretag	Säte (kommun)	Org.nr
Alfta Hemköp AB	Ovanåker	556149-6307
Arboga Hemköp AB	Arboga	556021-3471
Avesta Hemköp AB	Avesta	556109-1942
Boden Hemköp AB	Boden	556507-3813
Bollnäs Hemköp AB	Bollnäs	556009-6462
Borlänge Hemköp AB	Borlänge	556092-2857
Borås Hemköp AB	Borås	556507-3789
Brotorget Hemköp AB	Bollnäs	556472-5223
Dala Hemköp AB	Falun	556575-6789
Delsbo Hemköp AB	Hudiksvall	556049-7777
Eksjö Hemköp AB	Eksjö	556448-7741
Eskilstuna Hemköp AB	Eskilstuna	556444-0401
Falun i City AB	Falun	556432-4134
Farsta Hemköp AB	Stockholm	556510-1580
Frölunda Hemköp AB	Göteborg	556510-1564
Förslöf Livs AB	Båstad	556562-1314
Gussarvets Hemköp AB	Hedemora	556166-5182
Gävle Hemköp AB	Gävle	556117-1793
Hallstahammars Hemköp AB	Hallstahammar	556120-5054
Halmstad Hemköp AB	Halmstad	556457-9877
Hedemora Hemköp AB	Hedemora	556481-4407
Helsingborgs Hemköp AB	Helsingborg	556526-0220
Hemköp Braxen AB	Linköping	556493-4080
Hemköp City i Stockholm AB	Stockholm	556531-0256
Hemköp i Alvesta AB	Alvesta	556165-4996
Hemköp i Falun AB	Falun	556031-0459
Hemköp i Hudiksvall AB	Hudiksvall	556368-3399
Hemköp i Skarpnäck AB	Stockholm	556038-7960
Hemköp Karlavägen AB	Ludvika	556441-3200
Hemköp Kvarnatorget AB	Uppsala	556153-1731
Hemköp Siljan AB	Mora	556511-4617
Hemköp Stenstan AB	Sundsvall	556439-2438
Hemköp Stora Torget i Örnsköldsvik AB	Örnsköldsvik	556472-5207
Hemköp Storsjön AB	Östersund	556441-3143
Hemköp Sveatorget i Borlänge AB	Borlänge	556439-2446
Hemköp Värnhemstorget AB	Malmö	556462-8153
Hemköpsbageriet i Falun AB	Falun	556446-1050
Hemköpskedjans Lokallyres AB	Falun	556559-4115
Hälsinglands Hemköp AB	Söderhamn	556176-7020
Härnösands Hemköp AB	Härnösand	556441-3184
Järna Hemköp AB	Vansbro	556116-8161
Jönköpings Hemköp AB	Jönköping	556138-7845
Karlshamns Hemköp AB	Karlshamn	556540-1311
Karlstad Hemköp AB	Karlstad	556453-0235
Kramfors Hemköp AB	Kramfors	556192-3466
Kristianstads Hemköp AB	Kristianstad	556196-5293
Köpings Hemköp AB	Köping	556131-2033
Laholmsvägen Hemköp AB	Halmstad	556453-0292
Landskrona Hemköp AB	Landskrona	556481-4357
Leksands Hemköp AB	Leksand	556115-9905
Lerum Hemköp AB	Lerum	556571-2162
Lilljärdens Hemköp AB	Hudiksvall	556511-4609
Limhamns Hemköp AB	Malmö	556558-9560
Linköpings Hemköp AB	Linköping	556098-3362
Ljungby Hemköp AB	Ljungby	556065-7735
Ludvika Hemköp AB	Ludvika	556111-2656
Malmö Hemköp AB	Malmö	556457-9885
Malungs Hemköp AB	Malung	556110-2152
Mjölby Hemköp AB	Mjölby	556551-6621
Mora Hemköp AB	Mora	556079-0726
Mölnåls Hemköp AB	Mölnåls	556072-5607
Mörby Hemköp AB	Stockholm	556457-9950
Nordstan Hemköp AB	Göteborg	556481-4308

Norrbottnens Hemköp AB	Luleå	556515-0942
Norrköpings Hemköp AB	Norrköping	556098-8288
Nyköpings Hemköp AB	Nyköping	556472-5215
Nässjö Hemköp AB	Nässjö	556453-0250
Origo Livs AB	Falun	556124-8914
Orsa Hemköp AB	Orsa	556551-6605
Oskarshamn Hemköp AB	Oskarshamn	556571-2154
Piteå Hemköp AB	Piteå	556457-9935
Rättviks Hemköp AB	Rättvik	556122-2315
Sala Hemköp AB	Sala	556121-4353
Sandvikens Hemköp AB	Sandviken	556444-0419
Skellefteå Hemköp AB	Skellefteå	556034-3377
Skutskär Hemköp AB	Älvkarleby	556462-8161
Skärholmen Hemköp AB	Stockholm	556457-9927
Skönsbergs Hemköp AB	Sundsvall	556094-4570
Smeden Hemköp AB	Eskilstuna	556513-6370
Sollefteå Hemköp AB	Sollefteå	556092-3665
Strängnäs Hemköp AB	Strängnäs	556040-9046
Sundbybergs Hemköp AB	Sundbyberg	556094-6831
Sundsvalls Hemköp AB	Sundsvall	556018-5943
Svalan, Hemköp AB	Falun	556098-5102
Sätters Hemköp AB	Säter	556558-9586
Sölvesborgs Hemköp AB	Sölvesborg	556141-7550
Tjärna Hemköp AB	Borlänge	556510-1549
Tranås Hemköp AB	Tranås	556434-6129
Uddevalle Hemköp AB	Uddevalle	556486-1879
Umeå Hemköp AB	Umeå	556471-4581
Upplands Hemköp AB	Uppsala	556471-4573
Valbo Hemköp AB	Gävle	556565-7110
Vansbro Hemköp AB	Vansbro	556090-4814
Vimmerby Hemköp AB	Vimmerby	556448-7758
Visby Hemköp AB	Gotland	556443-1590
Vällingby Hemköp AB	Stockholm	556488-1620
Västerviks Hemköp AB	Västervik	556441-3135
Västerås Hemköp AB	Västerås	556558-9578
Västmanlands Hemköp AB	Falun	556566-3852
Ystad Hemköp AB	Ystad	556481-4324
Älmhults Hemköp AB	Älmhult	556088-9932
Ängelholms Hemköp AB	Ängelholm	556551-6613
Örebro Hemköp AB	Örebro	556453-0276
Örnsköldsviks Hemköp AB	Örnsköldsvik	556044-3755
Östersunds Hemköp AB	Östersund	556058-1661

Not 14 ANDRA LÅNGFRISTIGA FORDRINGAR

	Koncernen		Moderbolaget	
	1999	1998	1999	1998
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>				
Vid årets början	9,3	10,1	8,4	-
Fordringar övertagna från Hemköpskedjan Svenska AB	-	-	-	8,4
Reglerade fordringar	-0,4	-0,8	-0,3	-
Bokfört värde vid årets slut	8,9	9,3	8,1	8,4

Not 15 EGET KAPITAL

	Aktie-	Bundna	Fritt eget	Summa
	kapital	reserver	kapital	
<i>Förändring av eget kapital, koncernen</i>				
Belopp vid årets ingång	125,0	41,1	149,8	315,9
Vinstdisposition enligt bolagsstämmobeslut:				
Utdelning till aktieägare			-65,0	-65,0
Avsättning till reservfond		1,8	-1,8	-
Förskjutning mellan bundet och fritt eget kapital		37,2	-37,2	-
Årets resultat			117,0	117,0
Belopp vid årets utgång	125,0	80,1	162,8	367,9

	Aktie-	Reserv-	Fritt eget	Summa
	kapital	fond	kapital	
<i>Förändring av eget kapital, moderbolaget</i>				
Belopp vid årets ingång	125,0	23,2	149,2	297,4
Vinstdisposition enligt bolagsstämmobeslut:				
Utdelning till aktieägare			-65,0	-65,0
Avsättning till reservfond		1,8	-1,8	-
Årets resultat			0,6	0,6
Belopp vid årets utgång	125,0	25,0	83,0	233,0

Antal aktier i moderbolaget var 4.000.000 av serie A och 21.000.000 av serie B eller totalt 25.000.000 aktier, envar aktie om nominellt 5,00 kr. Varje A-aktie berättigade till fem röster medan varje B-aktie berättigade till en röst. Efter årsskiftet har i samband med extra bolagsstämma beslut fattats om att endast ett aktieslag skall finnas.

Not 16 AVSÄTTNINGAR FÖR PENSIONER

	Koncernen		Moderbolaget	
	1999	1998	1999	1998
Pensioner	8,0	8,4	8,0	8,4
<i>Ställda säkerheter för pensionsförpliktelser</i>				
Fondförsäkringar	7,7	8,1	7,7	8,1

Bolagets och koncernens pensionsåtaganden, som ej säkerställts genom betalning av pensionspremier, uppgick till 8,0 (8,4) mkr. Av den i balansräkningen skuldförda delen har 7,7 (8,1) mkr avsatts med beskattade medel.

Not 17 LÅNGFRISTIGA SKULDER

Samtliga långfristiga skulder förfaller inom 1-5 år från balansdagen.

Beviljad checkräkningskredit är 80,0 (80,0) mkr. Krediten är ej utnyttjad per 1999-12-31.				
			Koncernen	
			1999	1998
<i>Ställda säkerheter till kreditinstitut</i>				
Fastighetsinteckningar			3,3	3,3
Företagsinteckningar			32,3	32,3
			35,6	35,6

Falun den 9 mars 2000

Antonia Ax:son Johnson Ordförande	Göran Ennerfelt	Håkan Thylén
Bo Lundquist	Marcus Storch	Håkan Matz Verkställande direktör
Hans-Gunnar Johansson Facklig representant		Inger Sjöstrand Facklig representant

Vår revisionsberättelse har avgivits den 10 mars 2000

Per Bergman Auktoriserad revisor	Ola Forsberg Auktoriserad revisor
-------------------------------------	--------------------------------------

Revisionsberättelse

TILL BOLAGSSTÄMMAN I HEMKÖPSKEDJAN AB (PUBL.)
ORG NR 556542-0824

Vi har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i Hemköpskedjan AB (publ.) för år 1999. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen. Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av vår revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionsmed i Sverige. Det innebär att vi planerat och genomfört revisionen för att i rimlig grad försäkra oss om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga fel. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Vi anser att vår revision ger oss rimlig grund för våra uttalanden nedan.

Årsredovisningen och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger därmed en rättvisande bild av bolagets och koncernens resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige.

Vi tillstyrker att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen, disponerar vinsten i moderbolaget enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Falun den 10 mars 2000

Per Bergman
Auktoriserad revisor

Ola Forsberg
Auktoriserad revisor

Flerårsöversikt och definitioner

DEFINITIONER

Rörelsemarginal

Rörelseresultat efter avskrivningar i procent av årets nettoomsättning.

Marginal efter finansiella poster

Resultat efter finansiella poster i procent av årets nettoomsättning.

Soliditet

Eget kapital i procent av balansomslutningen.

Sysselsatt kapital

Balansomslutningen (totala tillgångar) minskad med icke räntebärande skulder inklusive latent skatteskulder. Genomsnittligt sysselsatt kapital beräknas som sysselsatt kapital vid årets början plus sysselsatt kapital vid årets slut dividerat med två.

Räntabilitet på sysselsatt kapital

Resultat efter finansiella poster plus finansiella kostnader i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital.

Räntabilitet på eget kapital

Nettovinsten enligt resultaträkningen i procent av genomsnittligt eget kapital. Genomsnittligt eget kapital beräknas som eget kapital vid årets början plus eget kapital vid årets slut dividerat med två.

Vinst per aktie

Årets nettoresultat dividerat med antalet aktier.

Eget kapital per aktie

Eget kapital dividerat med antalet aktier.

Netto räntebärande tillgång

Likvida medel minus räntebärande skulder.

Nettoskldsättningsgrad

Räntebärande skulder minus likvida medel dividerat med eget kapital.

Skuldsättningsgrad

Räntebärande skulder dividerat med eget kapital.

Räntetäckningsgrad

Resultat efter finansiella poster plus finansiella kostnader dividerat med räntekostnader.

Antal årsanställda

Totalt antal arbetade timmar dividerat med årsarbetstid om 1.600 timmar.

Belopp mkr	1999	1998	1997	1996	1995
Resultaträkning					
Nettoomsättning	5.338	4.958	4.724	4.466	3.960
Rörelseresultat	162	161	179	157	108
Resultat efter finansiella poster	163	162	182	166	121
Dispositioner	–	–	–	–154	–104
Skatt	–46	–45	–51	–3	–5
Årets resultat	117	117	131	9	12
Balansräkning					
Immateriella anläggningstillgångar	23	24	26	27	27
Materiella anläggningstillgångar	364	295	226	204	198
Finansiella anläggningstillgångar	9	9	10	76	79
Varulager	327	280	253	235	234
Övriga omsättningstillgångar	140	88	82	88	106
Likvida medel ¹⁾	181	216	243	283	199
Tillgångar	1.044	912	840	913	843
Eget kapital	368	316	264	133	124
Efterställda lån moderbolag	–	–	–	63	63
Räntebärande skulder	17	17	46	122	115
Icke räntebärande skulder	659	579	530	595	541
Eget kapital och skulder	1.044	912	840	913	843
Kassaflöde					
Resultat efter finansiella poster	163	162	182	166	121
Avskrivningar och nedskrivningar	67	55	46	41	36
Betald skatt	–71	–40	–3	–	–
Förändringar i rörelsekapital	6	–7	48	30	5
Investeringar	–135	–123	–66	–47	–82
Kassaflöde efter investeringar	30	47	207	190	80
Nyckeltal²⁾					
Rörelsemarginal (%)	3,0	3,2	3,8	3,5	2,7
Marginal efter finansiella poster (%)	3,1	3,3	3,8	3,7	3,0
Soliditet (%)	35	35	31	15	15
Räntabilitet på sysselsatt kapital (%)	46	51	65	–	–
Räntabilitet på eget kapital (%)	34	40	52	–	–
Vinst per aktie (kr)	4,68	4,66	5,24	–	–
Eget kapital per aktie (kr)	14,72	12,64	10,57	–	–
Netto räntebärande tillgång (mkr)	164	199	197	–	–
Nettoskldsättningsgrad (ggr)	–0,4	–0,6	–0,7	–	–
Skuldsättningsgrad (ggr)	0,0	0,1	0,2	–	–
Räntetäckningsgrad (ggr)	181,9	181,3	73,7	18,3	11,8
Antal årsanställda	2.711	2.526	2.405	2.298	2.155
Antal Hemköpsbutiker	100	95	90	88	87

¹⁾ Inkluderar under åren 1995–1996 centralkonto hos Axel Johnson AB.

²⁾ De nyckeltal som utelämnats är ej relevanta då Hemköp under perioden 1995–1996 ingick som helägt dotterföretag i Axel Johnson koncernen, varför nettoresultat och ställning påverkades av koncernbidrag.

Hemköpsaktien

Hemköps B-aktie introducerades på OM Stockholmsbörsen i juni 1997. Vid utgången av 1999 uppgick Hemköps börsvärde till 1.938 mkr jämfört med 2.100 mkr ett år tidigare och 1.950 mkr vid introduktionen.

Aktiekapital

Hemköps aktiekapital uppgick vid utgången av 1999 till 125 mkr fördelat på 25.000.000 aktier med ett nominellt värde på 5 kronor, varav 4.000.000 A-aktier med fem röster och 21.000.000 B-aktier med en röst vardera.

Utdelning

Styrelsen föreslår en utdelning på 2,60 kronor per aktie för verksamhetsåret 1999, vilket är samma som fjolårets utdelning och motsvarar 56 procent av nettoresultatet.

Ägare

Vid utgången av 1999 hade Hemköp cirka 10.400 aktieägare. Huvudägarens, Axel Johnson koncernen, innehav uppgick till 43,8 procent av kapitalet. Det svenska in-

stitutionella ägandet var 25,9 procent. Det utländska ägandet var 9,0 procent, vilket innebär en minskning från fjolårets 24,7 procent.

Kursutveckling

Under 1999 noterades Hemköpsaktien i 86 kronor som högst och 56 kronor som lägst. Kursutvecklingen under året blev en nedgång med 7,7 procent, att jämföra med generalindex, som visar en uppgång med 66 procent.

Hemköps börsvärde uppgick vid utgången av 1999 till 1.938 mkr, vilket är 162 mkr lägre än vid årsskiftet 1998/99.

Omsättningen var 17.902.509 aktier eller i genomsnitt 55.155 aktier per dag. Den totala omsättningen av aktierna motsvarar ett värde på 1.234 mkr.

Data per aktie

	1999	1998
Vinst efter full skatt, kr	4,68	4,66
Vinst efter betald skatt, kr	5,26	5,24
Utdelning, förslag 1999, kr	2,60	2,60
Eget kapital, kr	14,72	12,64
Direktavkastning, %	3,4	3,1
P/E tal	17	18
Utdelningsandel, %	56	56
Kassaflöde efter investeringar, kr	1,19	1,87
Börskurs/eget kapital, ggr	5,26	6,65
Betalkurs vid årets slut, kr	77,5	84,0
Högsta betalkurs, kr	86,0	118,0
Lägst betalkurs, kr	56,0	72,0

Aktieinnehav

Storleksklasser	I % av aktieägare	I % av kapitalet
1 – 500	83,5	6,6
501 – 1.000	9,8	3,6
1.001 – 5.000	5,3	5,5
5.001 – 10.000	0,6	2,0
10.001 – 50.000	0,6	5,9
50.001 – 100.000	0,1	3,4
100.001 –	0,1	73,0
Summa	100,0	100,0

Källa: Enligt av VPC förd aktiebok per 1999-12-30.

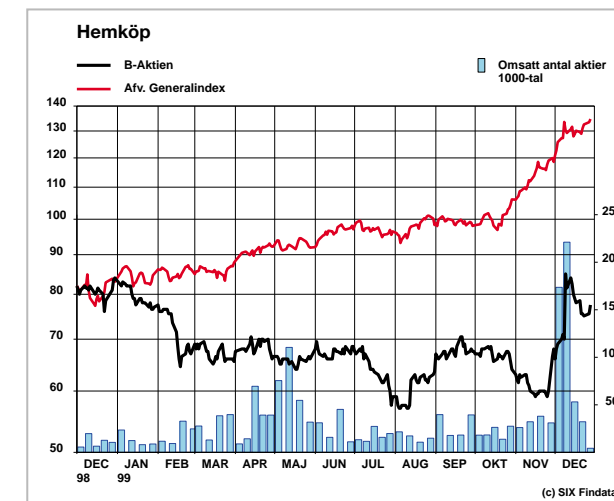
De femton största ägarna

(Exklusive utländskt ägda förvaltarregistrerade aktier)

	Antal aktier	Aktiekapital, %	Röster, %
Axel Johnson koncernen	10.960.000*	43,8	65,8
SPP	2.000.215	8,0	4,9
Svolder	986.000	3,9	2,4
Skandia	919.485	3,7	2,2
KP Pension och Försäkring	629.000	2,5	1,5
Kammarkollegiets fondförvaltning	497.542	2,0	1,2
Strategisk Forskning stift	420.000	1,7	1,0
SHBs aktiefonder	202.000	0,8	0,5
Banco aktiefonder	174.800	0,7	0,4
Östersjöstiftelsen	125.000	0,5	0,3
Dalarnas Försäkringsbolag	110.000	0,4	0,3
LRF Försäkring AB	99.000	0,4	0,2
SHB	98.100	0,4	0,2
Volvo resultat stiftelse	89.600	0,4	0,2
SPP aktiefonder	73.500	0,3	0,2
Övriga	7.615.758	30,5	18,6
Summa	25.000.000*	100,0	100,0

* Varav 4.000.000 A-aktier

Källa: Av VPC förd aktiebok per 1999-12-30 och DN Ägarservice AB.



Styrelse och revisorer

1 Antonia Ax:son Johnson Född 1943
Ordförande sedan 1988¹.

Styrelseordförande eller ledamot av styrelsen i olika företag inom Axel Johnson Gruppen. Styrelseordförande i Axel och Margaret Ax:son Johnsons Stiftelse för Allmännyttiga Ändamål, World Childhood Foundation och Stockholms Stadsmission. Ledamot av styrelsen i Nordstjernan AB, NCC AB, Xerox Corporation, Stockholm Environment Institute, Kungliga Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA), m fl. Antal aktier i Hemköp: via bolag 4.000.000 A-aktier och 6.950.000 B-aktier

2 Maria Curman Född 1950
Ledamot av styrelsen från 1997 fram till 17 december 1999. Maria Curman lämnade styrelsen i samband med sin utnämning till VD i Sveriges Television AB. Antal aktier i Hemköp: 1.000 B-aktier

3 Göran Ennerfelt Född 1940
Ledamot av styrelsen sedan 1988¹. Styrelseordförande eller ledamot av styrelsen i olika företag inom Axel Johnson Gruppen. Styrelseordförande i Studieförbundet Näringsliv och Samhälle (SNS) Förtroenderåd, Sveriges Allmänna Exportförening samt Östekonomiska Institutet. Vice ordförande i Svensk Handel och Sverige-Amerika Stiftelsen. Ledamot av styrelsen för Svenska Handelsbanken, Samhall AB, Svenska Arbetsgivareföreningen (SAF), Internationella Handelskammaren, m fl. Göran Ennerfelt är VD och koncernchef i Axel Johnson AB. Antal aktier i Hemköp: 10.000 B-aktier

4 Bo Lundquist Född 1942
Ledamot av styrelsen sedan 1997. Styrelseordförande i All Card Service Center AB och Djurgårdens Fotboll. Ledamot av styrelsen i City Mail AB, Hennes & Mauritz AB och i Svedala AB. Tidigare har Bo Lundquist varit VD och koncernchef i Esselte AB samt styrelseordförande i Grossistförbundet Svensk Handel. Antal aktier i Hemköp: 10.200 B-aktier

5 Marcus Storch Född 1942
Ledamot av styrelsen sedan 1997. Styrelseordförande i ConNova AB. Vice ordförande i Nobelstiftelsen. Ledamot av styrelsen i Axel Johnson AB, D&D Dagligvaror AB, Dagens Industri AB, Nordstjernan AB, NCC AB, AB Hanells Industrier, Skyways Holding AB, OM Stockholmsbörsen AB, Kungliga Vetenskapsakademien, Kungliga Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA), m fl. Med Dr h.c. Tidigare har Marcus Storch varit VD och koncernchef i AGA AB. Antal aktier i Hemköp: 12.000 B-aktier

6 Håkan Thylén Född 1944
Ledamot av styrelsen sedan 1983¹.

Styrelseordförande i Stålgruppen Dalarna AB, Herdins Färgverk AB, New Wave AB, Life (Hälsokedjan), m fl. Ledamot av styrelsen i Habitat International, Nilsson-Gruppen i Varberg AB (Din Sko AB, Skopunkten AB och Nilssons), Levande Böcker AB, Ordning & Reda AB, m fl. Tidigare har Håkan Thylén varit VD för Clas Ohlson AB och vice VD i IKEA AB. Antal aktier i Hemköp: 1.200 B-aktier

7 Håkan Matz Född 1950
Ledamot av styrelsen i Hemköpskedjan sedan maj 1999. VD i Hemköpskedjan sedan juli 1999. Antal aktier i Hemköp: 2.000 B-aktier

LEDAMÖTER UTSEDDA AV ARBETSTAGARORGANISATIONER

8 Inger Sjöstrand Född 1953
Ledamot av styrelsen sedan 1998. Inger Sjöstrand är anställd i Hedemora Hemköp AB och är arbetstagarrepresentant för Handelsanställdas förbund. Antal aktier i Hemköp: 0

9 Hans-Gunnar Johansson Född 1945
Ledamot av styrelsen sedan 1998. Hans-Gunnar Johansson är anställd i Skärholmen Hemköp AB och är arbetstagarrepresentant för Handelsanställdas förbund. Antal aktier i Hemköp: 0

REVISORER

Per Bergman Född 1946
Auktoriserad revisor i KPMG Bohlins AB, Stockholm. Revisor i Hemköp sedan 1994.¹

Ola Forsberg Född 1951
Auktoriserad revisor i KPMG Bohlins AB, Falun. Revisor i Hemköp sedan 1994.¹

Ledamöterna av Hemköps styrelse äger totalt 4.000.000 A-aktier och 6.986.400 B-aktier i Hemköp. Samtliga uppgifter avseende aktieinnehav för styrelse och företagsledning avser den 30 december 1999. Styrelserna i Hemköp och D&D ersätts i mars 2000 med styrelsen i det Nya Dagligvarubolaget. De personer, som ingår i styrelsen för det nya bolaget, presenteras på sidan 7.

¹ Uppgifterna avser Hemköpskedjan Svenska AB och sedermera det nya moderbolaget Hemköpskedjan AB (publ.).

