

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2019

MAKERS OF TOMORROW



MILSTOLPAR

1995

- Cybercom grundas i Stockholm av en grupp IT-konsulter.

2004

- Cybercom implementerar sin första kod för affäretik och uppförande.

2009

- Cybercom slutar ge gåvor till medarbetare och kunder. Pengarna avsätts i stället till att stödja SOS Barnbyar.

2010

- Cybercom börjar rapportera enligt Global Reporting Initiative.
- Cybercoms första grupp hållbarhetsambassadörer utses.
- Cybercom börjar mäta sina koldioxidutsläpp.

2011

- Cybercom skriver under UN Global Compact och dess tio principer.

2013

- Cybercom börjar analysera kunduppgifterna för de tio största kunderna avseende möjliga hållbarhetseffekter.

2014

- FNs generalsekreterare Ban Ki-moon besöker Cybercom i Stockholm för att inspireras av arbetet med mångfald, inkludering och migration av internationell arbetskraft.

2015

- Cybercom och vd Niklas Flyborg bjuds in till UN Global Compact Private Sector Forum i samband med att FNs 17 globala mål för hållbar utveckling beslutas. Målen ska vara uppfyllda år 2030. Cybercom beslutar att aktivt arbeta för att stödja målen och Agenda 2030.

2016

- Cybercom blir först i sin bransch att skapa ett erbjudande som inkluderar de 17 globala målen för hållbar utveckling.
- Cybercom blir huvudsponsor till den ideella organisationen Hello World!.

2018

- Cybercom leder de svenska digitaliseringskonsulternas färdplan för fossilfritt Sverige 2045.

2019

- Cybercom skriver under the Science Based Targets Initiative.
- World Finance utser Cybercom till mest hållbara företag i ICT-branschen 2019 och i Sverige nomineras vi till utmärkelsen Årets Samhällsaktör.
- FNs Global Compact utser Cybercom till en ambitiös klimatledare.
- Digitaliseringskonsulternas färdplan för fossilfri konkurrenskraft lämnas över till regeringen.
- Tillsammans med Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm tar vi fram en utbildning i digital hållbarhet till alla medarbetare i Cybercom.

INNEHÅLL

MAKERS OF TOMORROW

- 2 Kort om Cybercom
- 3 2019 i korthet
- 4 Vd har ordet
- 6 Omvärld och marknad
- 8 Strategi och värdeskapande
- 12 Mål och utfall

MAKING TOMORROW

- 14 Hållbarhetsprogram
- 16 Våra kunder
- 22 Våra medarbetare
- 23 Vår verksamhet

MAKING PROGRESS

- 26 Hållbarhetsstyrning
- 26 Intressenter och dialog
- 27 Bolagsstyrning
- 30 Medarbetarstyrning
- 31 Risker och möjligheter
- 33 Ekonomiskt resultat
- 35 Miljö- och klimatresultat
- 35 Socialt resultat
- 36 Ledning
- 37 Revisorns yttrande
- 37 Styrelsens underskrift
- 38 GRI-index
- 41 Kontakt

WE SUPPORT



Cybercom Intressenter AB, org. nr. 559184-2447, årliga hållbarhetsredovisning har avlämnats av styrelsen. Det är koncernens tioende och den senaste publicerades i april 2019. Hållbarhetsredovisningen utgör Cybercoms legala hållbarhetsrapport utifrån kraven i årsredovisningslagen och har upprättats utifrån GRI Standards, nivå Core. Hållbarhetsredovisningen utgör också Cybercoms årliga redovisning till FNs Global Compact. En förteckning över samtliga upplysningar enligt GRI och Global Compact finns på sidan 38–39. Revisorns uttalande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten finns på sidan 37. Hållbarhetsredovisningen har inte granskats av tredje part.



MAKERS OF TOMORROW

Cybercom hjälper kunderna att lyckas i den uppkopplade världen och bidra till en hållbar framtid.

Genom att kombinera teknisk expertis och affärsinsikt skapar vi innovativa, säkra och hållbara lösningar som hjälper våra kunder att fånga digitaliseringens möjligheter. Vi är Makers of tomorrow.



Cybercom

Cybercom är ett innovativt konsultbolag som med teknisk expertis och god affärsinsikt hjälper företag och organisationer att fånga digitaliseringsens möjligheter och skapa morgondagens hållbara lösningar.

Vi drivs av hållbarhet och innovation och är specialiserade på systemutveckling, molntjänster och IT-säkerhet samt på att effektivisera verksamheter och utveckla digitala affärsmodeller.

Våra drygt 1 300 medarbetare arbetar på internationell basis med allt från förarlösa bilar, smarta industrirobotar och uppkopplade lyftkranar till nationella eID, hälsoappar, offentliga sektorns e-tjänster, informationssäkerhet och molnbaserad datahantering.

Vi har medarbetare i Sverige, Finland, Danmark, Polen och Indien och uppdrag i ett 20-tal länder.

Vision

Vi skapar en hållbar framtid och är våra kunders främsta affärspartner i den uppkopplade världen.

Affärsidé

Vi hjälper dig att fånga den uppkopplade världens möjligheter. Genom att kombinera teknisk expertis och god affärsinsikt erbjuder vi innovativa lösningar för ökad hållbarhet.

Värderingar



Passion

Vi drivs av en passion för att förändra till det bättre och är stolta över vad vi åstadkommer.



Innovation

Vi är innovativa och bidrar med nya tankebanor, affärsmodeller och lösningar.



Förtroende

Vi bygger förtroende genom ärlighet, transparens och respekt.

1 752,8
MKR I
OMSÄTTNING

102,8
MKR I RESULTAT EFTER
AVSKRIVNINGAR

66%
AFFÄRER MED
HÅLLBARHETS BIDRAG

1 334
MEDARBETARE

45
NATIONALITETER

Höjdpunkter 2019

- FNs Global Compact utser Cybercom till en **ambitiös klimatledare**.
- Jönköpings kommun nominerar Cybercom till **"Årets initiativ"** för att uppmärksamma aktiviteter som bidrar till hållbarhet och öppenhet.
- The **Half Earth Project**, som verkar för biologisk mångfald, utser Cybercom till "Future Company".
- Cybercom ansluter sig till **Science Based Targets initiatives** vetenskapliga klimatmål.
- Cybercom får status som **Amazon Web Services Premier Consulting Partner**.
- Digitaliseringskonsulternas färdplan till ett **Fossilfritt Sverige** överlämnas av Cybercom till klimat- och miljöminister Isabella Lövin (MP) och näringsminister Ibrahim Baylan (S).
- Cybercoms kunder gav Cybercom **rekordhögt betyg** i årets kundundersökning. Nöjd kund-index uppgick till 80, vilket är 14 enheter högre än branschnittet.
- Vd Niklas Flyborg deltar i **UN Global Compact Sweden Round Table** om hållbar utveckling.
- Cybercoms Göteborgskontor utses till **Årets kontor** av Newst som ägs av Svenska Fastighetsbranschens Investeringsaktiebolag.
- Cybercom utses till **ICT sektorns mest hållbara aktör** på grund av sin transparenta och omfattande hållbarhetsredovisning, engagemang för 1,5 °C vetenskapliga baserade utsläppsminskningmål, samt arbetet med FNs hållbara utvecklingsmål av World Finance.
- Cybercom nomineras till **Årets Samhällsaktör** i Sverige.

Affärer 2019

- **Houdini** tar hjälp av Cybercom att identifiera attraktiva livsstilslösningar med potential att reducera materialåtgång.
- Cybercoms molntjänster ger nya uppdrag hos till exempel:
 - multimedia och online företaget **Schibsted**
 - ett världsledande innovativt leksaksföretag
- **Företagsinkubatorn Lead** väljer Cybercom till partner för att öka takten inom hållbarhet.
- **Valmet**, den ledande leverantören av processteknik, automation och service inom massa-, pappers- och energiindustrin ger Cybercom ett viktigt kontrakt gällande Managed Service för Amazon Web Services.
- Cybercoms IT-säkerhetsexperter får fint förtroende av **E.on**, **Polismyndigheten**, **Migrationsverket** och **Arbetsförmedlingen**.
- Cybercom får förtroendet att göra en installation av säkerhetslösningen CIAM (Customer Identity Access Management) plattform hos **Arbetsförmedlingen**.
- Cybercom får många väsentliga ramavtal bland annat med:
 - **Göteborgs stad**
 - **Kraftringen**
 - **Myndigheten för Digital Förvaltning**

Ny huvudägare satsar på hållbara företag

I februari 2019 blev Formica Capital ny huvudägare i Cybercom med 51 procent av aktierna. Cybercoms position inom digitalisering och hållbarhet var avgörande för investeringen. Formica ägs av familjen Olsson Eriksson och gör påverkansinvesteringar i företag som kombinerar lönsamma affärer med ett tydligt engagemang för att bidra till en hållbar framtid.

Övriga huvudägare i Cybercom är JCE Group 41 procent, Tequity cirka 6 procent och vd Niklas Flyborg cirka 2 procent.

"Vi är övertygade om att långsiktig tillväxt och lönsamhetspotential bara kan finnas i hållbara företag och vi ser Cybercom som ett exempel på detta."

OLOF CATO
vd för Formica Capital

Översikt 5 år

Utveckling av verksamheten och nyckeltal	2019	2018	2017	2016	2015
Rörelsens intäkter, MSEK	1 752,8	1 678,1	1 463,0	1 353,9	1 259,6
Rörelseresultat efter avskrivningar, MSEK ¹⁾	102,8	142,3	112,5	67,8	38,3
Balansomslutning, MSEK	2 092,2	1 102,9	978,4	895,0	879,4
Medelantal anställda	1 271	1 223	1 157	1 110	1 150
Antal anställda vid årets slut	1 334	1 290	1 262	1 203	1 218
Rörelsemarginal, % ¹⁾	5,9	8,5	7,7	5,0	3,0
Soliditet, %	49	57	53	48	44

¹⁾ Rörelseresultat efter avskrivningar avser resultat före nedskrivning av goodwill och realisationsförlust vid försäljning av dotterbolag. 2019 har avskrivningar ökat med 33 msek relaterat till förändringar i ägarstrukturen under året.

Vårt erbjudande

- Hållbarhet och affärsutveckling
- Produkt- och tjänsteutveckling
- IT-säkerhet
- Molntjänster
- Effektivisering av verksamheter



Från Best practice till Next practice

När vi nu går in i ett nytt decenium kan vi med stolthet summera inte bara 2019 utan tio år av starkt hållbarhetsengagemang. Vi har medvetet accelererat vårt arbete med att identifiera hållbarhetseffekter i vår affär, vi har utbildat oss själva och samlat kollegor i branschen för att göra en gemensam förflyttning och bidra till lösningar för Agenda 2030. Cybercom stödjer FNs Global Compact och dess viktiga tio principer om mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och antikorrupktion. Vårt mål är att vara netto-positiva. Som konsultbolag väljer vi uppdrag där vi kan addera affärsvärde, samhällsnytta och goda effekter på miljön. Tekniken och digitaliseringen innebär en transformationsagenda, vårt fokus är att säkerställa positiva effekter. Med detta budskap deltar vi i samhällsdebatten och samverkande organisationers forum.

Strategiska vägval

2019 är startåret för en ny treårsplan för Cybercom. Vårt strategiska vägval är specialisering, innovation och hållbarhet. IT-säkerhet och molntjänster är våra starka tillväxtområden tillsammans med ett antal expertis-center inom

viktiga tjänsteområden. Teknikutvecklingen går i rasande takt och vi väljer våra fokusområden för att vara tydliga mot medarbetare och kunder.

Innovation är nerven i vår verksamhet och under året har vår innovationskraft kommit närmare kunden genom paketerade affärserbjudanden. Hållbarhet är vår mission som i ökande utsträckning ska vara en del i vår affär och vi vinner allt fler hållbarhetsrelaterade rådgivningsuppdrag både inom energi- och industrisektorn. Våra Hållbarhetsambassadörer har tillsammans med KTH Executive School skapat en utbildning inom digital hållbarhet som alla våra medarbetare ska genomföra för att få kunskap och insikter om vilka utmaningar världen står inför och vilka effekter vi vill och kan åstadkomma.

Vi är nogga med att genomföra våra erbjudanden utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Från 2019 utvärderas alla våra offerter utifrån bidrag till de globala målen innan de skickas till kund. Redan 2013 analyserade vi hållbarhetseffekter i våra leveranser hos de större kunderna. Vi kan stolt notera en positiv utveckling och idag utvärderar vi samtliga affärer. Hela 66 procent av alla vunna affärer 2019 ger ett positivt bidrag

till något av de 17 målen. Vi ser en positiv koppling till vårt resultat, då vi ännu ett år växer med god lönsamhet, skapar samhällsnytta och möjliggör miljövinster.

Utmaningen ligger i trovärdighet och transparens och därför arbetar vi tillsammans med internationella organisationer för att gemensamt hitta en standard för hur hållbarhet i affären ska mätas. Under året har vi formellt åtagit oss att under 2020 ta fram klimatrelaterade mål som lever upp till de krav som ställs av Science Based Target initiativ (SBTi).

En annan utmaning för oss och branschen är kompetensbristen idag och för framtiden. Vi måste väcka barns och ungdomars intresse, säkerställa attraktiva utbildningar och likt våra fria handelsavtal, även ha värdefullt utbyte av kompetens över landsgränser. Det kräver insatser från samhällsaktörer, politiker, akademien och näringslivet. Internt har vi identifierat aktiviteter för att förbättra oss. Vi inser även att vi kan åstadkomma bättre resultat tillsammans med andra. Därför har vi bland annat stöttat Hello World! sedan dess start och har varit en huvudpartner till Women-in-Tech under många år.

“Cybercom har positionerat sig som en lösningsaktör. Hållbarhet är vår affär.”

Så även 2019. Branschen behöver fler kvinnor. I Cybercom har vi 20 procent, det är inte gott nog, vårt mål är minst 30 procent kvinnliga medarbetare. Jag kommer fortsätta driva på insatser för att lyckas.

Värdeskapande affärer

Cybercoms kundlista är fantastisk. Varje dag gör vi nytta hos företag och organisationer som vill utvecklas och utveckla omvärlden. Kone, Valmet, Schibsted, Arbetsförmedlingen, Zenuity är några kunder där vi gjort nya spännande insteg. Som digitaliseringskonsult ökar vi innovationskraften hos myndigheter och kommuner som effektiviserar och tillgängliggör tjänster och service på nya smarta sätt. Jag vill gärna lyfta fram våra agila utvecklingsteam som bland annat hjälper svenska Skatteverket med EU-direktivet DAC6. Syftet är att öka transparensen i gränsöverskridande skattearrangemang. Detta stärker konkurrens på lika villkor för företag och är en tydlig koppling till det globala hållbarhetsmålet 16 "Fred, rättvisa och starka institutioner". I samma anda förbättrar vi finska samhällstjänster med hjälp av AI (artificiell intelligens). I Polen hjälper vi myndigheter att automatisera den rutinmässiga kontrollen av vattenkvalitet för snabbare resultat genom ett nätverk av sensorer, maskininläring och

analys av data. Förutom att minimera hälsorisker, sparas tid och pengar.

Genom innovation och ML (maskininläring) skapar vi tillsammans med svenska Kronofogden brottsförebyggande lösningar. Innovation är också ledordet när vi tillsammans med Skellefteås kommun skapar ett nytt digitalt hjälpmedel som ger struktur åt dagliga aktiviteter för att stötta medborgare med funktionshinder. Vi inför datadrivet prediktivt underhåll av Öresundsbron genom ML: Det innebär att vi ersätter tidsbaserade aktiviteter och minskar korrigerande underhåll, vilket ger längre hållbarhet, mindre användning av ändliga resurser och lägre kostnader. Med hjälp av molnbaserade tjänster effektiviserar vi data management på ett kostnadseffektivt och säkert sätt för tillverkande industri i Danmark, Sverige och Finland.

Vi bidrar med IT-säkerhet på Europeanivå genom att bistå DIGIT (Generaldirektoratet för informatik). Vår signeringstjänst Signport vinner mark hos svenska myndigheter som vill förenkla för medborgaren i olika ansökningsprocesser, till exempel Domstolsverket och Exportkreditnämnden. På så sätt sparas papper, tid och pengar.

Vår ambition är att säkerställa och påvisa goda hållbarhetseffekter i alla uppdrag. Därför lanserade vi hållbarhetsutbildningen som alla

medarbetare ska genomföra och på så vis bidra till Cybercoms affär. Vi har en helhetssyn och ser bortom tekniken för att säkerställa en hållbar morgondag.

Fina utmärkelser

Jag gläds över alla fina utmärkelser vi fått under 2019. I fint sällskap utsågs vi till Ambitious Climate Leader av FNs Global Compact, Most sustainable company of the ICT sector och till topp tre Årets svenska samhällsaktör. Dessutom har vi firat vinster tillsammans med kunder som vunnit priser för användarvänlighet och innovationer. Cybercoms position som viktig samhällsaktör blir allt starkare och vi blir inbjudna till debatter för att dela med oss. Genom ett stort medarbetarengagemang är vi en del av internationellt hållbart företagande. Jag vill rikta ett stort tack till alla mina Cybercom-kollegor som driver på utvecklingen i vårt företag, hos våra kunder och vidare i samhället. Tillsammans är vi #Makersoftomorrow och med det kommer ett ansvar som vi gärna tar.

NIKLAS FLYBORG

Vd, koncernchef och Maker of tomorrow

Women In Tech

Med ambitionen att locka fler kvinnor till tech-branschen och till Cybercom är vi 2019, och 2020 tillsammans med Accenture, Ericsson och EY huvudpartner till Women-in-tech, Nordens största inspirations- och nätverksdag för kvinnor.

FOTOGRAF: HILDA ARNEBACK





En tid av intensiva förändringar

Vi lever i en tid av intensiva förändringar. Den digitala revolutionen, globaliseringen och klimatkrisens krav på omställning till ett hållbart näringsliv förändrar villkoren för det moderna samhället. Cybercoms affär bygger på denna insikt och de underliggande samhällstrenderna gynnar vår bransch.

Digitaliseringen kan bli draglok mot ett mer hållbart samhälle, inte minst genom verktyg som minskar resursanvändning och utsläpp. Det innebär att världen behöver specialister som kan koppla ihop affärsinsikt med teknikkunskap.

Klimatkrisen kräver snabb omställning

Enligt den årliga rapporten Global Carbon Budget ökade de globala utsläppen av koldioxid under 2019 med 0,6 procent. Om Parisavtalets mål att begränsa den globala uppvärmningen till 1,5 grader ska uppnås, krävs tydliga förändringar i alla delar av samhället – och det är bråttom.

Det senaste året har oro för klimatförändringar omvandlats till en mer eller mindre kollektiv medvetenhet om att vi är mitt i en global

klimatkris. Takten i näringslivets insatser för en hållbar framtid måste öka och för Cybercom innebär detta också en affärsmöjlighet.

Ett tydligt tecken på näringslivets vilja att bidra positivt till samhällets hållbara utveckling är uppslutningen kring FNs globala mål för hållbar utveckling och Agenda 2030. Vi menar att vår sektor kan bidra till alla målen och primärt till mål 3, 4, 5, 9, 11 och 13. Att skapa lösningar som med hjälp av digital teknik bidrar till att minska våra kunders klimatavtryck är Cybercoms främsta drivkraft. Sedan 2019 följer vi systematiskt upp vilka kundprojekt som har en hållbarhetsaspekt och vilka av FNs globala mål som har starkast koppling till vår affär. Läs mer om hur Cybercom bidrar på sidan 16.

Digitalisering – den fjärde industriella revolutionen

Digitaliseringens omfattning och betydelse är enorm – vi befinner oss mitt i en fjärde industriell revolution som påverkar oss alla.

Digitaliseringen är inte bara ett tekniskifte, utan en total förändring av människors sätt att interagera och göra affärer. Effekten är mycket stor – enligt IDC:s rapport FutureScape 2019 kommer över 60 procent av världens BNP att vara digitaliserad om två år. De verksamheter som inte tar tillvara digitaliseringens möjligheter kommer att bli omkörda.

IT är inte som förr en supportfunktion utan utgör ofta kärnan i en verksamhet och produktionsapparat. Insamling och analys av stora

mängder realtidsdata möjliggör effektivisering av både produktion och användning. Tjänstefieringen blir alltmer utbredd – konsumenter och företag köper inte längre produkter, utan ofta komplexa lösningar som innehåller digitala tjänster.

Relationerna förändras; det är inte givet vem som är ägare, producent eller användare. Ett exempel är det smarta hemmet, som ofta innefattar flera leverantörers uppkopplade tjänster, till exempel energistyrning eller engångskoder till dörrar för hemleveranser.

Digitala lösningar ökar också effektiviteten i offentlig förvaltning och bidrar till demokrati-processen.

5G ritar om kartan

Under 2019 började 5G på allvar rullas ut. Med 5G får världen väsentligt snabbare och mer tillförlitlig uppkoppling med mindre fördröjningar. Tekniken blir det hittills mest kraftfulla teknikkivet inom mobilbranschen, skapar helt nya förutsättningar för stora delar av näringslivet och banar väg för kommunikation mellan maskiner, Internet of Things (IoT). Dessutom kommer 5G vara ett avgörande tekniskt bidrag för att mänskligheten ska ha en chans att klara Parisavtalets mål om att begränsa temperaturökningen på jorden.

Några exempel på vad 5G kan användas till är kommunikation för självkörande bilar, sensorer som talar om när en robot behöver servas, väderinformation som kopplas till trafikplanering, uppkopplade patienter i glesbygd, tidig upptäckt av vattenläckor och energismarta hus.

5G kommer också att snabba på utvecklingen och användningen av artificiell intelligens (AI)

och maskininlärning och bidra till ökad effektivitet, mer automatisering och bättre beslutsunderlag. Enligt Danske Banks IT-update som publicerades 2019 använder nästan 60 procent av nordiska bolag AI och 30 procent planerar att börja göra det.

IDC förutspår att en tredjedel av alla skärmbaserade applikationer kommer att vara ersatta av AI-teknik 2024 och att 30 procent av företagen kommer att använda samtalsteknik för att skapa kundengagemang redan om två år.

Molntjänster är det nya svarta

Enligt Danske Banks IT Market Update 2019 köpte drygt 60 procent av de nordiska företagen molntjänster under 2018. Andelen ökar även i Europa, men från en lägre nivå – i EU köpte cirka en fjärdedel av företagen molntjänster förra året.

Idag förväntar sig användare att ha ständig och mobil tillgång till både information, dokument, system och applikationer. Det innebär att stora förändringar behöver göras inom många organisationer. Med molntjänster betalar och hanterar företagen bara de tjänster de behöver utan att lagra och äga dem. Säkerheten, användarvänligheten och flexibiliteten kan bli högre.

IDC förutspår i rapporten FutureScape 2019 att 75 procent av alla IT-utgifter år 2023 kommer att vara relaterade till den så kallade tredje plattformen, där data inte lagras lokalt eller på egna servrar, utan i molnet för att vara ständigt tillgänglig.

Molntjänster är ett av Cybercoms tjänsteområden och vi erbjuder allt från rådgivning till driftstjänster. Vi är framför allt specialiserade på

molntjänster från AWS och Azure och fick under året status som AWS Premier Consulting Partner.

Säkerhet en allt viktigare aspekt

Digitaliseringen innebär också nya risker. Bris-tande säkerhet kan få omfattande konsekvenser, från att samhällsviktiga funktioner som energiförsörjning störs eller slås ut till att individers integritet och identitet hotas.

Även fysiska tillgångar kan påverkas. För att tekniken ska kunna nyttjas på bästa sätt krävs dels säkra och motståndskraftiga system, dels förmåga att bedöma möjligheter och risker samt att agera i rätt riktning. Informations-säkerhet är ett av Cybercoms prioriterade tjänsteområden och med erfarenhet, verktyg, kompetenta konsulter och agila arbetssätt hjälper vi kunder i alla olika branscher att skapa rätt säkerhetsnivå och säkerställa regel efterlevnad.

Brist på kvalificerad arbetskraft

Digitaliseringskonsultbranschen i Norden växer stadigt och gynnas alltså av starka underliggande trender. Men det finns också utmaningar, bland annat bristen på kvalificerad arbetskraft. Att rekrytera och behålla de rätta medarbetarna är det främsta hindret för tillväxt. Det gäller även Cybercom som bemöter utmaningen bland annat genom att satsa på innovation och hållbarhet – två områden med hög attraktionskraft bland yngre medarbetare. Läs mer om Cybercom som arbetsplats på sidan 22.

AI



35%

AI-investeringar i Norden kommer att växa med 35 procent årligen fram till 2022 och då överstiga 1 miljard euro. Fler användningsområden identifieras och ett ökande antal applikationer AI-aktiveras.

Källa: IDC Nordic Digital Insights 2019

IT-säkerhet



284%

Över 7 000 kända dataintrång exponerade mer än 15 miljarder poster under 2019, vilket är en ökning med 284 procent jämfört med 2018.

Källa: Risked Based Security 2019 Year End Data Breach Report

Cloud



75%

75 procent av alla IT-utgifter år 2023 kommer att vara relaterade till den så kallade tredje plattformen, molnet.

Källa: IDC FutureScape 2019

Affärsinsikt och digital expertis

Cybercoms vision är att skapa en hållbar framtid och vara kundernas främsta affärspartner i den uppkopplade världen. Vår strategi fram till 2021 har ett tydligt fokus på innovation och hållbarhet och bygger på insikten att digitalisering och teknisk utveckling är katalysator för global hållbarhet.

Cybercoms strategi till 2021 har hörnstenar:

1. Hållbarhet, innovation och connectivity

är våra kärnkompetenser och gör oss till ledande digitaliseringskonsulter. Connectivity är vår hemmaplan och hållbarhet ska utvecklas till en allt viktigare del av affären. Vi utvecklar lösningar för minskad klimatpåverkan och följer upp hur våra lösningar bidrar till FNs 17 globala mål för hållbar utveckling. Vi har ledartröjan i branschen och strävar själva efter nettopositivitet. Vi utforskar ständigt nya och bättre metoder. Banbrytande kundprojekt och våra Innovation Zones gör att vi finner nya vägar och bygger nya kompetenser.

2. Ökad specialisering: Vi specialiserar oss inom våra kärnkompetenser och tjänsteområden. Koncerngemensamma kompetenscentra – Centers of Excellence – bidrar till specialiseringen och blir garantier för att vi alltid är i framkant.

3. Makers of tomorrow är vår mission och identitet. Vi går från ord till handling, korsbefruktar teknisk expertis med affärsinsikt och skapar innovativa lösningar för en hållbar framtid. Vi fokuserar på lönsamma områden och investerar i thought-leadership och riktad kompetensutveckling för att växa snabbare än marknaden. Vi inspirerar kollegor, delar insikter, är förändringsdrivna, jobbar i team, stärker våra

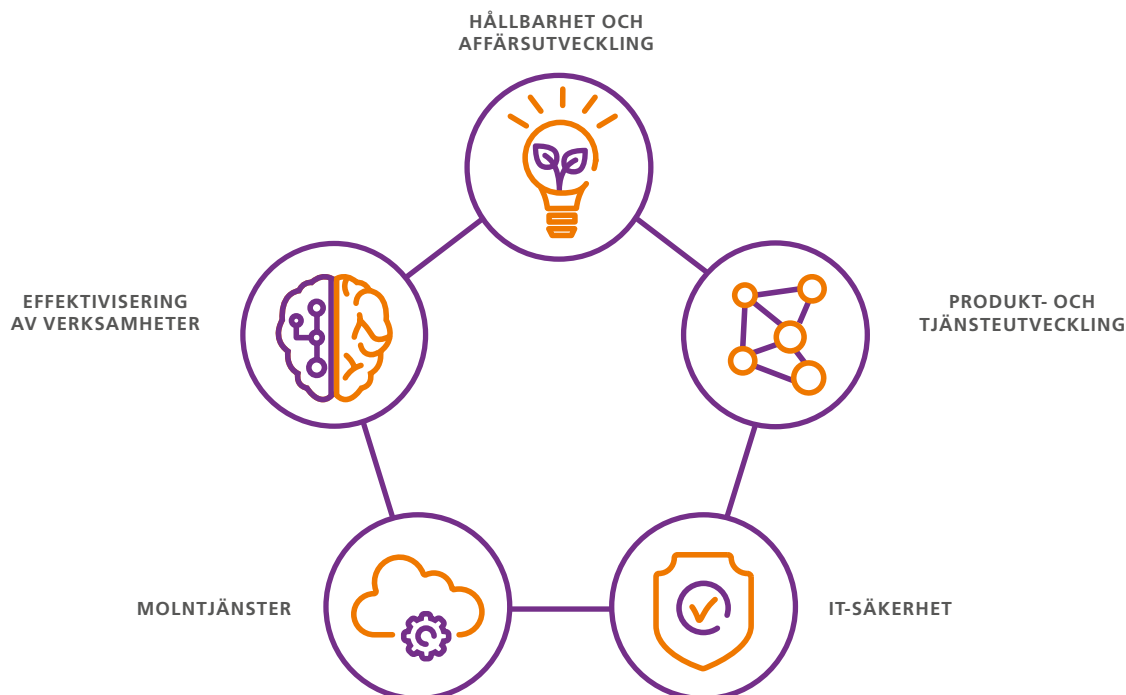
ledaregenskaper och är den bästa arbetsplatsen för Makers of tomorrow.

4. Breddad kundbas: Vi fokuserar på kunder där Cybercoms kunskap och tjänster skapar störst värde. Vi ska ingå gedigna partnerskap med fler kunder som har en uttalad ambition inom något av våra specialistområden.

5. Värdebaserad tillväxt: Vi skapar tillväxt genom att tjänstefiera och prioritera lösningar som skapar stort värde för våra kunder, samtidigt som de möjliggör tillväxt utan att vi ökar antalet medarbetare.



Vårt erbjudande



Cybercom erbjuder tjänster och lösningar inom bland annat affärsrådgivning, utveckling av digitala och hållbara affärsmodeller samt systemutveckling, molntjänster och IT-säkerhet.

IT-säkerhet

Cybercom hjälper företag och organisationer att formulera strategier för IT-säkerhet och hitta rätt säkerhetsnivå för verksamheten. Det handlar bland annat om att leva upp till lagar och regler och minska risker för intrång och cyberattacker. Exempel på tjänster är riskanalys, regelefterlevnad, e-signering, säkerhetsstyrning och utveckling av system som är säkra redan från början.

Hållbarhet och affärsutveckling

Vi hjälper våra kunder att snabbt utveckla och lansera framgångsrika och hållbara affärsidéer, koncept eller digitala applikationer som är grundade i insikter om användarnas behov. Time-to market i produktutvecklingen förkortas och kvalitet, funktionalitet och användarvänlighet förbättras.

Molntjänster

Att använda molntjänster är mer eller mindre standard i dagens näringsliv och molnet möjliggör digital transformation, effektivitet och kostnadsbesparingar. Cybercom är en kvalificerad partner inom molntjänster och erbjuder allt från rådgivning till drifttjänster. Vi arbetar bland annat med molnstrategier, säkerhetsfrågor och migrering, implementering och löpande förvaltning. Cybercoms konsulter är framför allt specialiserade på tjänster från Amazon Web Services (AWS) och Microsoft Azure.

Produkt- och tjänsteutveckling

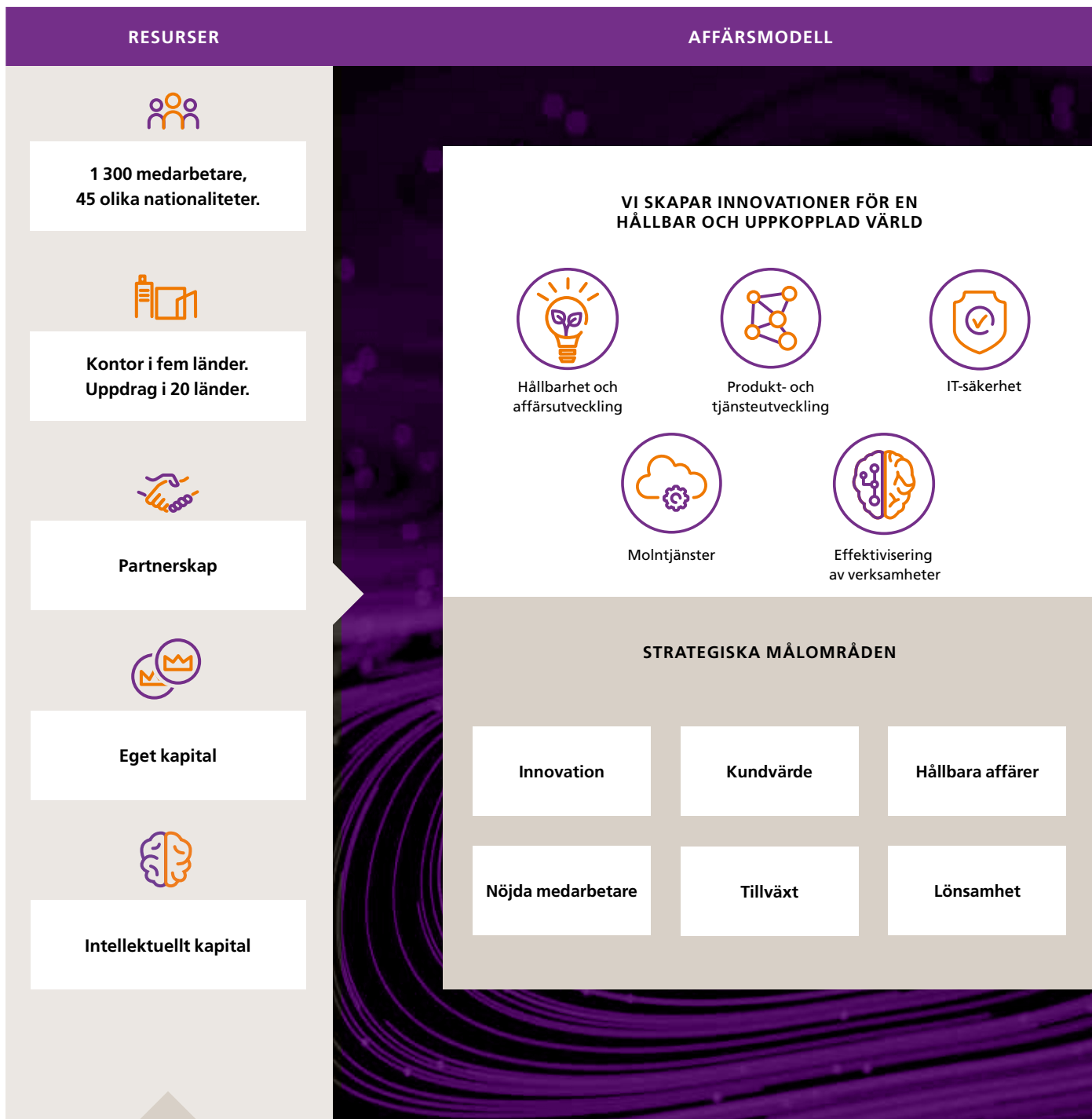
Cybercom erbjuder effektiva team av kvalificerade konsulter som levererar modern, agil utveckling av produkter, system och tjänster. Vi utvecklar hållbara digitala lösningar som bidrar till kundernas konkurrenskraft och nytänkande. Det kan till exempel omfatta att förbättra och implementera stora system till offentlig sektor eller att utveckla webbplatser, mobilapplikationer och mjukvaruapplikationer.

Effektivisering av verksamheter

Cybercom erbjuder strategisk verksamhetsrådgivning där vi hjälper kunder att utvärdera och utveckla affärsstrategier, organisationsstruktur och digital mognad. Vi identifierar och analyserar tillgångar, styrkor, förutsättningar, utmaningar och möjligheter. Därefter skapas en plan med strategiska initiativ som framtidsäkrar verksamhetens konkurrenskraft och relevans på marknaden.

Så skapar Cybercom värde

Cybercom drivs av insikten att digitalisering är en katalysator för global hållbarhet. Vi skapar värde för kunder, medarbetare, samhälle och ägare genom att hjälpa kunderna att lyckas i den uppkopplade världen och bidra till en hållbar framtid.



VÄRDE

**KUNDER**

Förutom en lösning
adderar vi ett hållbarhetsfilter
i alla uppdrag

**MEDARBETARE**

Professionell utveckling
genom skiftande uppdrag,
Innovation Zone och Centers
of Excellence

**SAMHÄLLET**

Bättre uppkopplade medborgare,
städer och konsumenter

**ÄGAREN**

Stark lönsamhet och
avkastning, tillväxtstrategi

RESULTAT

NKI

80

Mycket hög
kundnöjdhet

**HÅLLBARA
AFFÄRER****66%**

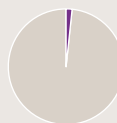
Andel affärer
som bidrar till de
globala målen

eNPS

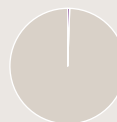
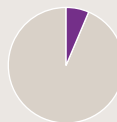
18

Fler än branschindex
(17) rekommenderar
Cybercom för vänner
och familj

FÖRDELAT VÄRDE 2019

Medarbetare: **51,6%**Övriga externa kostnader: **35,7%**

Samhälle
(skatt och välgörenhet): **1,7%**

Investeringsverksamhet: **3,8%**Kreditgivare, finansnetto: **0,6%**Ägare, utdelning: **6,6%**

BIDRAG

Cybercoms och kund-
uppdragens största bidrag
till FNs klimatmål 2019



Mål som styr vår verksamhet

I sin strategi 2019–2021 har Cybercom identifierat målområdena kundvärde, specialisering (lönsamhet), innovation, hållbara affärer, Makers of tomorrow (nöjda medarbetare) och ett Cybercom (tillväxt). Dessa är kritiska och styr vår verksamhet och våra dagliga aktiviteter i rätt riktning.

MÅLOMRÅDE	MÅL	UTFALL 2019	KOMMENTAR
KUNDEVÄRDE	Nöjd kund-index (NKI) ska årligen förbättras.	<p>80% 2019 72% 2018</p>	Via en årlig kundundersökning mäts i vilken utsträckning Cybercom upplevs som en strategisk partner samt hur värdeskapande och leveranssäkra vi är.
SPECIALISERING (LÖNSAMHET)	Rörelsemarginalen* för Cybercom Group ska vara över 13 procent och för tillväxtområdena säkerhet, molntjänster och vissa Centers of Excellence över 15 procent, i slutet av 2021. <small>*Rörelsemarginalen exklusive avskrivning relaterande till förvärv.</small>	<p>9,1 2019 9,7 2018</p>	Lönsamhet visar hur vi utvecklas mot en ökad specialisering med mer värdeadderande tjänster. Hög lönsamhet innebär att vi investerar i områden som skapar värde för våra kunder.
INNOVATION	80 procent av medarbetarna ska ha ägnat mer än 40 timmar åt projekt inom Innovation Zone från och med 2021.	16%	Ett systematiskt innovationsarbete förflyttar oss mot positionen som innovationskonsulter.
HÅLLBARA AFFÄRER	80 procent av alla uppdrag ska bidra till FN:s globala mål för hållbar utveckling.	66%	Hållbarhet ska vara integrerat i våra uppdrag, erbjudanden och kultur. Alla uppdrag registreras i CRM-systemet med avseende på hur de bidrar till de globala målen för hållbar utveckling.
NÖJDA MEDARBETARE – MAKERS OF TOMORROW	Nöjd medarbetar-index (eNPS) ska öka årligen från referensvärde 2019 på 18.	18	Strategi, ledarskap och utvecklingsmöjligheter bidrar till nöjda medarbetare. Mäts via aggregerade pulsmätningar.
ETT CYBERCOM (TILLVÄXT)	Tillväxten för Cybercom Group 2019–2021 ska uppgå till 30 procent. För tillväxtområdena säkerhet, molntjänster och vissa Centers of Excellence ska tillväxten uppgå till över 50 procent.	<p>4,5% Cybercom Group</p> <p>21,0% Tillväxtområden</p>	Enhetliga och repeterbara processer ska stödja en kultur för samarbete och kunskapsdelning. Vi använder samma modell för att investera och utveckla erbjudanden och lösningar för Cybercoms alla regioner, vilket möjliggör exponentiell tillväxt utöver antal anställda. Med ett koncernperspektiv ökas internt samarbete och vi når full potential.



MAKING OF TOMORROW

Cybercoms lösningar gör att våra kunder kan lämna ett positivt avtryck på marknaden. Och på planeten. Viktigare än så kan inte ett uppdrag vara.

Vi arbetar alltid nära våra kunder. Helst vill vi vara en partner som fungerar som värdeskapande motor i deras verksamhet. Det förtroendet får vi genom att ligga steget före och ständigt vässa våra kärnkompetenser.

Ambitiös hållbarhetsagenda

På Cybercom betraktar vi hållbarhet som en del av vårt existensberättigande. Att bidra till FNs globala mål för hållbar utveckling är ett av våra huvudmål.

Vetenskapliga mål för nettopositivitet

Företagets bidrag till en hållbar morgondag sker på flera nivåer och vi sorterar arbetet i tre områden:

- Våra kunder
- Våra medarbetare
- Vår verksamhet

Cybercom bildar också opinion och är en föregångare, bland annat genom att leda digitaliseringskonsultbranschens Färdplan för Fossilfritt Sverige, ansluta sig till Science Based Targets initiative och vara proaktiva inom FN Global Compact.

Vår företagskultur uppmuntrar individuella hållbarhetsinitiativ och vi söker även externa samarbeten för att bidra till de globala målen. 2019 förband sig Cybercom till ambitiösa, vetenskapsbaserade klimatmål inom ramarna

för the Science Based Targets initiative (SBTi). Ambitionen är att se till att vi gör vad vi kan i vår interna verksamhet för att den globala uppvärmningen inte ska öka mer än 1,5 grader – samtidigt som vi kan vara en förebild för andra.

Bakgrunden till SBTi är ett öppet brev från en stor sammanslutning av företag, FN-ledare och samhällsaktörer. De vände sig till ledare i näringslivet med en uppmaning att ta fram verksamhetsrelaterade klimatmål som är i linje med vad som enligt vetenskapen krävs för att Parisavtalets mål om begränsning av den globala uppvärmningen ska kunna uppnås.

Världen behöver skapa en välmående ekonomi med netto nollutsläpp till 2050. För det behövs snabba och omfattande förändringar i samhället, vilket kräver både ledarskap och stora investeringar. På Cybercom vill vi bidra på alla sätt vi kan.

Under 2020 ska Cybercom ta fram och fastställa långsiktiga klimatmål och aktiviteter för att kunna bli klimatneutrala.

Under 2019 skapade Cybercoms Hållbarhetsambassadörer tillsammans med Hållbarhetschefen och Kungliga Tekniska Högskolan Executive School en utbildning om Digital Hållbarhet. Utbildningen genomförs via en e-learningplattform och har 14 kapitel innehållande FNs 17 globala utvecklingsmål, samhällsutmaningar, IT- och digitaliseringsbranschens roll i miljöutmaningarna, hållbara värdeerbjudanden, cirkulära affärsmodeller, positiva och så kallade Rebound effekter, hållbara kodningsprinciper, transformativa utmaningar, finansiella utvärderingar med mera. Utbildningen sammanfattar även Cybercoms hållbarhetsarbete, de ramverk, åtgärder och den styrning som bolaget har för att nå sina mål inom området.

HÅLLBARHETSAGENDA

Bekämpa klimatförändringarna med bibehållen lönsamhet

2030 ska vi vara nettopositiva

2045 ska vi vara fossilfria i vår egen verksamhet



VÅRA KUNDER

- Nöjda kunder
- Hållbara- och klimatpositiva uppdrag
- Innovation
- Ett Cybercom



VÅRA MEDARBETARE

- Nöjda medarbetare – Makers of tomorrow
- Mångfald och inkludering
- Utbildning inom hållbarhet och digitaliseringens bidragsmöjligheter
- Akademier och Innovation Zones



VÅR VERKSAMHET

- Minskad miljö- och klimatpåverkan
- Hög etik
- Aktivt anti-korruptionsarbete
- Informationssäkerhet och dataskydd
- Ansvarsfulla inköp



Cybercom leder branschen mot Fossilfritt Sverige

Cybercom initierade och var under 2019 projektledare för digitaliseringskonsulternas färdplan för fossilfrihet inom ramen för Fossilfritt Sverige. 33 företag skrev på färdplanen som ställer krav på regeringen och visar hur digitala lösningar kan påskynda utvecklingen mot fossilfrihet.

”Vi måste jobba på flera fronter, dels med att optimera de system som finns idag och öka farten på insatserna, dels med att omvandla näringsliv och samhälle genom att utveckla helt nya systemlösningar och affärsmodeller. Digitaliseringskonsulternas roll är avgörande för att det ska kunna ske”, sa Niklas Flyborg, vd och koncernchef för Cybercom i samband med att planen lämnades över till näringsminister Ibrahim Baylan och miljöminister Isabella Lövin.

Digitaliseringskonsulternas viktigaste åtaganden

- Minst halvera branschens energianvändning till 2030 och klimatneutrala 2045.
- Utbilda anställda i digitaliseringens effekter ur ett klimat- och hållbarhetsperspektiv.
- Enas om ett ramverk för att kunna redovisa positiva och negativa bidrag. (scope 1–4, inklusive avoided emissions).
- Lansera en webbplats med utbildningsmaterial, metoder och rapporter av case inklusive klimateffekt presenteras.

Arbetsgrupper har startats under hösten 2019 för att utveckla och enas om fortsatt arbete.

Digitaliseringskonsulterna uppmanar regeringen att vidta sju åtgärder:

- Tillsätt en digital transformationskommission med internationell ambition.
- Uppdatera regleringsbrev med krav på digitala lågenergi-strategier.
- Uppmuntra rapportering av Scope 4 (nästa scope)/avoided emissions som synliggör digitaliseringens potential att bidra till att företag blir leverantörer av fossilfria lösningar.
- Tillsätt snabbutredning om öppna data som stöd för global hållbarhet.
- Klargör ansvar för digitalisering och hållbarhet inom varje departement.
- Tillsätt resurser för ett nationellt kunskapslyft.
- Etablera ”Testbäddszoner” för hållbar digital transformation.



Kunduppdrag med hållbarhetsfilter

Cybercom adderar ett hållbarhetsfilter i alla kunduppdrag och registrerar uppdragens hållbarhetspåverkan för att kunna följa upp hur vi bidrar till samhällsutvecklingen. För kunderna är potentialen stor när vi med nytänkande och etablerade metoder bidrar till bland annat informationssäkerhet, affärsutveckling för nettopositivitet och innovativ tjänstedesign.

Rådgivning för klimatpositivitet

Digitaliseringens möjligheter och klimatkrisens utmaningar innebär att hela näringslivet behöver tänka nytt. Cybercom stöttar sina kunder i alla steg mot nettopositivitet. Det handlar om att nå en nivå där det positiva bidraget till miljön är högre än det klimatavtryck som verksamheten lämnar.

Vi hjälper våra kunder att skifta fokus från interna hållbarhetsproblem till externa affärsmöjligheter. Genom att inkludera det nettopositiva förhållningssättet vågar företag och organisationer tänka större och i nya banor. Det leder till innovativa tjänster och nya intäktsströmmar.

Vårt erbjudande inom digital hållbarhet kan delas in i två faser. I strategifasen utforskar vi i

nära samverkan med våra kunder möjliga nya affärsmodeller och värdeerbjudanden som omvandlar globala hållbarhetsutmaningar till affärsmöjligheter. Vi hjälper kunden att skapa en hållbar affärsstrategi med digitaliseringens möjligheter i centrum. Vi definierar hur arbetet bör organiseras, kartlägger risker och hur dessa kan undvikas samt bidrar med innovation och framtagande av prototyper och handlingsplaner. När vi definierat vad som ska åstadkommas tar leveransfasen vid. Här utvecklar, testar och förvaltar vi digitala lösningar som bygger på användarinsikt och samtidigt främjar en hållbar framtid. Vi kartlägger behov och beteenden och designar tjänster som är mer hållbara, snabbare, smidigare, mänskligare, roligare och effektivare,

vilket leder till att de lockar till användning och förenklar eller förbättrar livet för användarna.

Utveckling och nytänkande via Innovation Zones

På alla Cybercoms kontor finns en Innovation Zone – en hub för utveckling och innovation. Här kan medarbetare, kunder och partners testa idéer, prova nya tekniker och utveckla prototyper i en kreativ miljö. Teamen är tvärfunktionella och processen kan bäst beskrivas som upplevelsebaserad innovation.

Innovation Zone startade 2013 och är sedan 2016 ett strategiskt koncernövergripande koncept som bidrar till Cybercoms konkurrenskraft både som leverantör och arbetsgivare.

”Det känns som att de har en god världsbild och därmed ger bra svar och inte missar något. Cybercom känns modernt.”

KUNDCITAT

Årets kundundersökning slår alla tidigare resultat med en kundnöjdhet på 80 i Kantar Sifos index, att jämföra med index för teknik- och IT-bolag i norra Europa som ligger på i snitt 66. Våra konsulter är högst rankade och vår varumärkesposition har stärkts väsentligt, vilket är en tydlig trend som accelererat sedan 2014. Största positiva förändring märks i att våra medarbetare ger hållbara råd, förstår kundens affär och dess utmaningar, är ärliga

samt levererar utmärkt service. Kunderna upplever Cybercom som trovärdigt och med tjänster som reflekterar deras behov. Områden där vi ökat mest är i att stärka kundens konkurrensförmåga och leverera på budget.

- 10 av 10 vill göra affärer med oss igen
- 9 av 10 rekommenderar oss gärna
- 4 av 10 ser tydliga hållbarhetseffekter av de lösningar vi levererar.

Erbjudande inom digital hållbarhet



Kunder i urval

Arbetsförmedlingen i Sverige, ASSA ABLOY, Ericsson, Husqvarna, IKEA, KONE, MTV i Finland, Myndigheten för digitalisering och befolkningsdata i Finland, Posti Group, S-Group, SKF, Skatteverket, Stockholms läns landsting, TDC, Utbildningsstyrelsen i Finland och Volvo Cars.

Vi hjälper våra kunder bli nettopositiva



Från Bästa praxis till Nästa praxis

Cybercoms ambition är att med hjälp av ny teknik, digitalisering och innovation hjälpa kunder att utveckla affärslösningar som har en positiv samhällspåverkan. Fokus är de globala hållbarhetsmålen. Cybercom har utvecklat spetskompetens inom klimatområdet och så kallade Low-Energy-Demand lösningar. Samhällskonsekvensen av kundens tjänst eller produkt kallar vi handavtryck. I arbetet ingår att bland annat kunna beräkna reduktion av utsläpp och till och med undvika utsläpp i samhället när kundens tjänster och produkter används. Cybercoms mål är att ha nettopositiv påverkan, vilket uppstår när handavtrycket är mer positivt än fotavtrycket är negativt.

Handavtryck

Klimatrelaterade handavtryck omfattar de konsekvenser som uppstår i samhället när teknik, produkter, tjänster eller affärsmodeller används av kunder och medborgare. Ett handavtryck ger möjligheten för företaget att ge ett positivt bidrag till samhället. När företag och organisationer fokuserar på att utforska handavtrycket kan de utveckla nästa praxis, det vill säga de lösningar som möjliggör systemförändringar med signifikant positiv klimatpåverkan.

De blir på så sätt en del av lösningen på klimatutmaningen vi står inför.

Den här typen av lösningar som är positiva ur ett samhällsperspektiv kan generera helt nya gröna intäkter och bidrar till ökad konkurrenskraft och tillväxt. Om handavtrycket är större än fotavtrycket blir tillväxten klimatpositiv. Det här förhållningssättet är i linje med de krav som nu ökar på att företag ska kunna bidra till viktiga politiska mål som EU Green Deal.

Nästa praxis – är morgondagens lösningar som bidrar med positivt handavtryck med ökad konkurrenskraft och tillväxt. Det är den teknik, de produkter, tjänster och affärsmodeller som kan ersätta dagens lösningar och som bidrar med nettopositiv samhällspåverkan ur ett klimatsperspektiv. Lösningens funktion och användarvänlighet är viktig. Den ska vara skalbar så att den positiva konsekvensen i samhället sprider sig över hela världen genom att fler använder sig av lösningen. Metoder för att beräkna det klimatrelaterade handavtrycket börjar nu etableras, men en standard finns ännu inte.

Fotavtryck

Företagets klimatrelaterade fotavtryck utgår från företaget som en källa till utsläpp och

omfattar den klimatpåverkan som verksamheten har längs med värdekedjan. Det etablerade ramverket att beräkna utsläppen har utvecklats av The Green House Gas Protocol (GHG-protokollet).

Scope 1 | Direkta utsläpp av växthusgaser

- Utsläpp från egen produktion till exempel genom egna oljepannor och egna fordon som använder fossila bränslen.

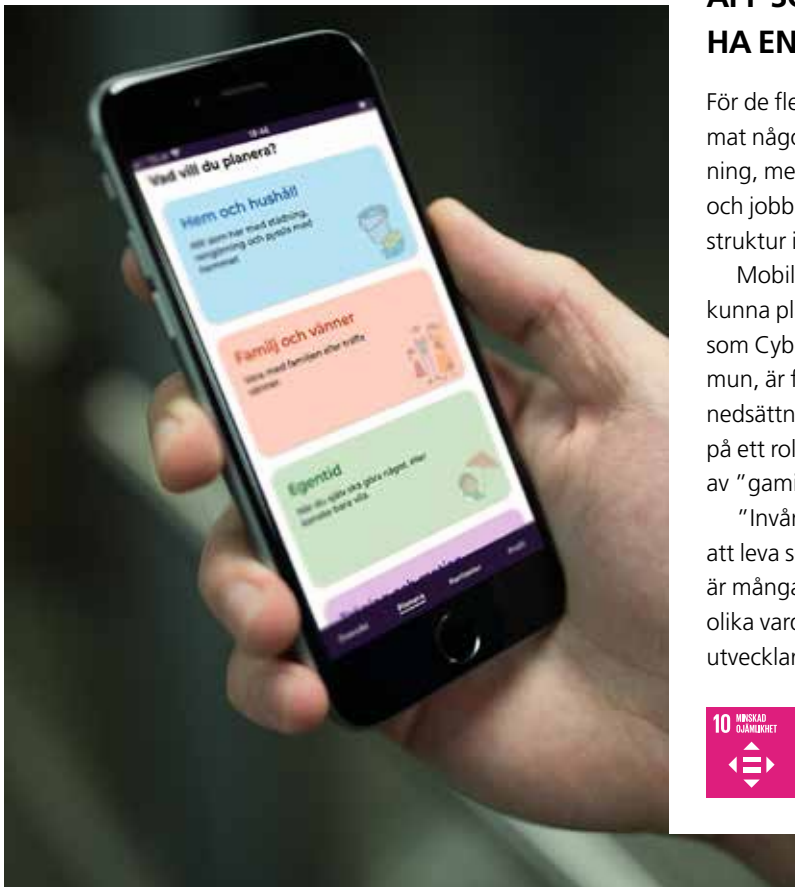
Scope 2 | Indirekta utsläpp av växthusgaser

- Indirekta utsläpp från nätburen energianvändning (från inköpt el, fjärrvärme, fjärrkyla, ånga).

Scope 3 | Övriga indirekta utsläpp av växthusgaser

- Övriga indirekta utsläpp (till exempel från inköpta transporter, affärsresor, varor, material och tjänster).

Bästa praxis är när företag tillämpar de bästa nuvarande lösningarna, för att minska sin verksamhets klimatrelaterade fotavtryck. Fokus är på optimering av verksamheten för att minska företagets utsläpp, risker och tillhörande kostnader. Det finns standarder, väl etablerade metoder att följa och rapportera efter.



APP SOM HJÄLPER ALLA ATT HA EN FUNGERANDE VARDAG

För de flesta är vardagssysslor som att tvätta, städa och laga mat något som sker på rutin och kräver begränsad ansträngning, men så är det inte för alla. För vissa är det både svårt och jobbigt att planera. Att vara beroende av andra för att få struktur i sin vardag kan upplevas besvärligt och frustrerande.

Mobilapplikationen Todej är ett hjälpmedel för att bättre kunna planera sin tid och hushålla med sin energi. Appen, som Cybercom utvecklat tillsammans med Skellefteå kommun, är främst skapad för personer med kognitiv funktionsnedsättning men kan också vara användbar för andra som på ett roligt sätt vill få saker uträttade. Det finns även inslag av "gamification" som motiverar till att använda appen.

"Invånare med kognitiva nedsättningar får nu möjlighet att leva som andra, att leva mer självständigt i vardagen. Idag är många av dem beroende av personalstöd för att klara av olika vardagsmoment", säger Carina Norman, verksamhetsutvecklare på Stöd och service, Skellefteå kommun.



MÅL 10:
MINSKAD OJÄMLIKHET

AI BIDRAR TILL BROTTSBEKÄMPNING OCH ATT SANERA SKULDER

Varje år utmäter Kronofogden pengar och föremål från kriminell verksamhet för mångmiljonbelopp – ett arbete som kräver effektiva arbetsmetoder. Kontanter, bilar, klockor, bitcoin och konst är några exempel på vad myndigheten beslagtar. Egendom som Kronofogden säljer på auktion för att sanera skulder och betala skadestånd till brottsoffer. Dessutom förhindrar arbetet att pengar investeras i nya brottsupplägg, till exempel köp av vapen eller narkotika.

I arbetet med brottsbekämpning tog Kronofogden under 2019 initiativet att utforska effekten av när medarbetare, artificiell intelligens och smarta processer samverkar inom myndigheten. Det blev startskottet på projektet Harpun. Som ett led i arbetet med att ta fram och testa nya och innovativa arbetsmetoder var Cybercom med och skapade prototyper som sedan vidareutvecklats till flera initiativ inom olika verksamheter på myndigheten.

"Sedan årsskiftet har vi tillsammans med medarbetare på specialindivningen som arbetar med grov organiserad brottslighet fokuserat på brottsbekämpning genom att kombinera juridik och den absolut senaste tekniken inom machine learning. Projektet har hittills resulterat i 15 MVP:er (Minimum Viable Product) som planeras att produceras inom en snar framtid", säger Nicklas Burman, it-strateg på Kronofogden.



MÅL 16: FREDLIGA OCH INKLUDERANDE SAMHÄLLEN
(16.4 BEKÄMPA ORGANISERAD BROTTSLIGHET OCH
OLAGLIGA FINANS- OCH VAPENFLÖDEN).



IOT SÄKRAR VATTENKVALITET I POLEN

Vatten är vårt viktigaste livsmedel där tillgång och kvalitet är avgörande för att ett samhälle ska fungera. För att säkra en god kvalitet på vårt dricksvatten genomförs regelbundna kontroller som följs upp genom utvärderingar. Resultatet från provtagningarna kan ta uppemot några dagar att få svar på, vilket innebär att en eventuell försämrad vattenkvalitet kan drabba många innan åtgärdande insatser kan vara på plats.

Genom att automatisera och förkorta svarstiden för provresultat är det däremot möjligt att förebygga att människor blir sjuka av förorenat vatten. Inom projektet, med syftet att säkra vattenkvalitet på ett mer effektivt sätt, var Cybercom med och utvecklade sensorer som löpande analyserar parametrar som temperatur, pH-värde, flöde, grumlighet och lukt. Genom denna metod är det möjligt att snabbt identifiera och lokalisera förändringar i vattnet som indikerar tillväxt av patogena mikroorganismer.



**MÅL 6: RENT VATTEN
OCH SANITET FÖR ALLA**

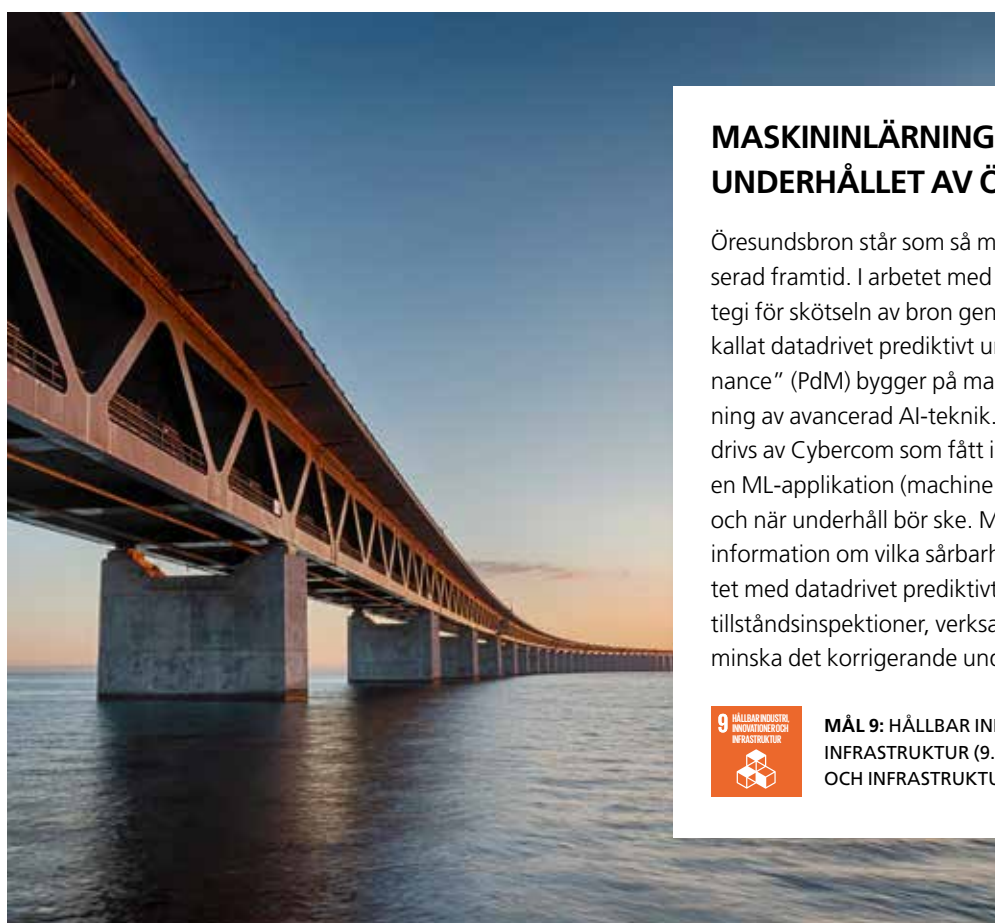


MASKININLÄRNING FÖRUTSER UNDERHÅLLET AV ÖRESUNDSBRON

Öresundsbron står som så många andra inför en mer digitaliserad framtid. I arbetet med detta har de tagit fram en strategi för skötseln av bron genom att öka användningen av så kallat datadrivet prediktivt underhåll. "Predictive Maintenance" (PdM) bygger på maskininlärning och är en tillämpning av avancerad AI-teknik. Det initiala projektet i arbetet drivs av Cybercom som fått i uppgift att ta fram en demo av en ML-applikation (machine learning) som kan förutse var och när underhåll bör ske. Metoden ger även användaren information om vilka sårbarheter som finns i driftkedjan. Syftet med datadrivet prediktivt underhåll är att ersätta manuella tillståndsinspektioner, verksamhet som är tidsbaserad samt minska det korrigerande underhållet.



**MÅL 9: HÅLLBAR INDUSTRI, INNOVATIONER OCH
INFRASTRUKTUR (9.4. UPPGRADERA ALL INDUSTRI
OCH INFRASTRUKTUR FÖR ÖKAD HÅLLBARHET)**





Läs gärna mer:
www.half-earthproject.org/discover-half-earth/

HOUDINIS INITIATIV FÖR UTVECKLINGEN AV MER HÅLLBARA LIVSSTILAR

Friluftsföretaget Houdini ingick under 2019 partnerskap med Cybercom för att utforska vilka positiva och negativa miljökonsekvenser som ett klädföretag bidrar till, med särskilt fokus på hur en hållbar livsstil kan främjas på global nivå. Arbetet som ingår i det tvååriga projektet *Regenerate Lifestyle Initiative* består bland annat av en rapport som är avsedd att inspirera till dialog mellan klädföretag världen över och branschöverskridande samverkan. Målet med initiativet är att visa hur attraktiva livsstilslösningar skulle kunna ta mänskligheten mot den långtgående ambitionen Half-Earth och initiera samverkansprojekt för att förverkliga dessa. Rapporten är det första steget i processen att undersöka olika strategiska möjligheter för en hållbar framtid.

”Det här är exakt den sortens innovativa förhållningssätt med en positiv vision som vi behöver om vi ska ha en chans att vända dagens negativa hållbarhetstrender. Genom detta initiativ kommer Houdini att stärka sin position som ett av världens första företag som tillhör den så kallade tredje generationens hållbarhetsledare som fokuserar på företags positiva bidrag till samhället”, säger Dennis Pamlin, Accelerator för nettopositiv och digital hållbarhet, Cybercom.

Projektet Half-Earth förenar djup vetenskaplig forskning, ledarskap och engagemang med idén att om hälften av planetens yta skyddas, kommer 85 procent eller mer av alla arter också att skyddas.



MÅL 12: HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION



KOMMUN DIGITALISERAR ÖVERSIKTSPLAN

En översiktsplan är något som varje kommun i Sverige tar fram för att ange inriktningen för den långsiktiga utvecklingen av kommunens fysiska miljö. Den styrs i huvudsak av plan- och bygglagen och miljöbalken och ska visa på områden som är lämpliga för olika ändamål.

Luleå kommun kontaktade Cybercom med behovet av att digitalisera sin översiktsplan och sammanföra den med en interaktiv karta för att på så vis göra den mer användarvänlig och tillgänglig på deras webbplats. Översiktsplanen utgjordes sedan tidigare av nedladdningsbara pdf-filer. Målgrupperna bestod av handläggare på Luleå kommun, handläggare på myndigheter, arkitektkontor och invånare i kommunen.

Syftet med projektet var att skapa ett dynamiskt verktyg som är enkelt att hantera. Tack vare de nya kartorna underlättas handläggarnas- och arkitekternas arbete, och medborgare kan på ett smidigare sätt ta del av vilka riktlinjer kommunen tar för kommande utvecklingsområden och bevarande av mark och vattenanvändning. Den digitala översiktsplanen lanserades på Luleå kommuns webbplats under våren 2019.



MÅL 11: HÅLLBARA STÄDER OCH SAMHÄLLEN



CYBERSÄKERHET I SYDAFRIKA

I en alltmer digitaliserad värld har också behovet av cybersäkerhet ökat på såväl individnivå som på organisations- och samhällsnivå. Under 2019 inleddes ett forskarsamarbete i Sverige och Sydafrika för att undersöka rollen som cybersäkerhet spelar i vår omvärld och på vilket sätt den förståelsen kan bidra till ökad global hållbarhet. Forskarna från varje land har under året deltagit i möten och börjat bilda nätverk som stärkt deras internationella perspektiv inom ämnet. I arbetet finns det också en tydlig plan för kompetensöverföring mellan länderna.

Projektet är indelat i tre teman:

- **Samhällsnivå** – cybersäkerhet och FNs mål för hållbarhet
– Inom detta tema undersöker forskarna definitionen av global hållbarhet med hänsyn till cybersäkerhet. Nästa steg i arbetet kommer att handla om hur cybersäkerhet ska hanteras i vart och ett av de 17 globala målen.
- **Organisationsnivå** – hållbar hantering av informationssäkerhet
– Detta tema behandlar hur vi kan hantera informationssäkerhet i organisationer på ett hållbart sätt. Fokus är på att identifiera behov för nya hanteringsmetoder som förlitar sig på mänskligt beteende och motivation snarare än detaljerad kontroll.
- **Individnivå** – cybermotståndskraftiga medborgare
– Detta handlar om att utforska vilken förståelse medborgare har kring cybersäkerhet och på så vis identifiera nya forskningsinriktningar inom ämnet.

Fredrik Blix, Principal, Cybercom Group och Universitetslektor Stockholms Universitet driver projektet tillsammans med kollegor från Rhodes University, University of Cape Town, Stockholms universitet och Örebro universitet.



**MÅL 17: GENOMFÖRANDE
OCH GLOBALT PARTNERSKAP**

AGIL MOLNHANTERINGSMODELL MÖJLIGGÖR SNABBARE AFFÄRSUTVECKLING

Det alltmer digitaliserade samhället ställer höga krav på kapaciteten i gamla och komplexa IT-lösningar. System som tidigare varit effektiva behöver därför moderniseras för att möta förändrade affärsbehov. För en koncern som är verksam i flera olika branscher kan det innebära en ännu större utmaning att säkra livscykeln för sitt IT-system, påskynda implementeringen av nya systemförändringar och bygga nya tjänster. Så var fallet för Paulig – Finlands största kaffe- och livsmedelsföretag.

Paulig kontaktade Cybercom med behovet att migrera gamla system till molnmiljö. Resultatet blev en affärsnära och långsiktigt hållbar molnhanteringsmodell. Hanteringsmodellen definierar bland annat hur Paulig kan fortsätta att bygga sina molntjänster internt och hur de kan utveckla molnprojekt konkret i organisationen. Detta möjliggör ett mycket mer effektivt sätt att utveckla och modernisera både befintliga och nya tjänster till kunder men också stärka och säkerställa ansvarfulla affärsprocesser.



**MÅL 12: HÅLLBAR
KONSUMTION OCH PRODUKTION**





Att jobba på Cybercom

Vi kallar oss *Makers of tomorrow*. Makers, för att vi får digitaliseringen att hända och snabbt går från idé till handling. Tomorrow, för att vi vill skapa en bättre morgondag och för att digital utveckling alltid ska vara lika med hållbar utveckling. Vi lär av erfarenhet, drar nytta av våra samlade förmågor och är kreativa när vi tillämpar ny teknik.

Gränslös innovation

Inom digitalisering finns inga gränser mellan länder, kultur, kön, social bakgrund, ålder eller religion. Mångfald är den bästa ingrediensen för att utveckla innovativa lösningar för en mer hållbar framtid. Det vet vi på Cybercom. Hos oss är vi olika – och lika. Vi har några saker gemensamt: vårt jordnära sätt och genuina intresse för hållbar utveckling och vår vilja att hjälpa kunder fånga digitaliseringens möjligheter. Vi delar också Cybercoms värderingar passion, innovation och förtroende. Utöver det är vi en mix av personligheter, profiler och specialister.

Våra medarbetare har bakgrund i 45 länder. Den yngsta är 20 år och den äldsta 69. 20 procent är kvinnor. Vi jobbar aktivt för att öka mångfalden och mäter sedan 2019 hur medarbetarna ser på mångfald och inkludering inom företaget.

Förändring sker snabbt idag och ingen kan förutse exakt vilken expertis som kommer att behövas. Därför har vi ett agilt arbetssätt och metoder som kan hantera förändring. Att vara snabb på att lära nytt är en nyckelkompetens hos oss, liksom att vara flexibel och utvecklingsbenägen.

En kompetensarena för den som vill utvecklas

Cybercom är en sund arbetsplats som lägger mycket kraft på att attrahera, utveckla och behålla kreativa och kompetenta kollegor. Kollegor och företagskultur är centrala delar i företagets strategi med fokus på kompetensutveckling, innovation och långsiktigt ledarskap.

Företaget är en kompetensarena. Hos oss får medarbetarna erfarenhet från olika branscher, bolag och organisationer. Här finns också möjlighet att jobba över hela IT-fältet och utvecklas i olika roller. Allra mest lär man sig i kunduppdrag – vi arbetar dagligen mitt i den digitala revolutionen. Därför är den bredd och möjlighet till utveckling som Cybercom kan erbjuda något mycket speciellt.

Ytterst äger varje medarbetare sin egen utveckling. Företaget visar vägen genom att skapa tydliga utvecklingsspår och ett noga utvalt utbud av kompetenshöjande aktiviteter inom våra specialistområden.



Interna akademier säkrar kompetensutveckling

På Cybercom finns ett 20-tal interna akademier inom bland annat molnteknologier, innovation, maskininlärning, programmeringsspråk, agil testning, ledarskap och teknisk rådgivning. Vissa utbildningar leder till certifieringar.

Den övergripande ambitionen är att säkra kompetensförsörjning och bidra till kontinuerligt lärande och internt erfarenhetsutbyte. Inom Cybercom finns många specialister som är thought-leaders i branschen och deras kompetens är en fantastisk resurs för hela företaget.

Under 2019 har Cybercom arbetat med att höja kvaliteten på akademierna och antagningskraven har definierats tydligare. Ett 20-tal akademier var aktiva under året och totalt cirka 230 medarbetare deltog i någon av dessa. Arbetet med att strukturera mål, utfall och antagningskrav fortsätter under 2020.

Innovation Zones för kreativ utveckling

På alla Cybercoms kontor finns Innovation Zones – kreativa hubbar där idéer föds, tekniker testas, pilotprojekt startas och prototyper utvecklas. Innovationsteamerna är tvärfunktionella och processen kan beskrivas som uppbyggd på innovation.

Innovation Zone startade 2013 och har sedan dess utvecklats från att vara ett begränsat format för att utveckla medarbetare mellan uppdrag, till att bli ett strategiskt koncernöver-

gripande koncept som bidrar till Cybercoms konkurrenskraft både som arbetsgivare och leverantör.

Under året har stor kraft lagts vid att sprida innovationskulturen och metodiken i koncernen. Målet är att öka andelen medarbetare som deltar i innovationsdrivna kundprojekt. Till 2021 är målet att 80 procent av medarbetarna ska arbeta minst 40 timmar per år med innovationsprojekt. För 2019 var andelen 16 procent. En viktig aspekt av denna målsättning är att öka antalet medarbetare som deltar i innovationsprojekt, inte bara att öka antalet nedlagda timmar totalt.

Varje kontor har en dedikerad Innovation Leader som styr arbetet och på koncernnivå finns även en person med befattningen Head of Innovation som samordnar kontorens projekt och ökar samarbete mellan kontoren.

Modiga och trygga ledare

Modiga trygga ledare, med en coachande ledarstil och fokus på hållbarhet och affär tar Cybercom framåt.

Vi tror på att arbeta tvärfunktionellt och söker hela tiden nya sätt att samarbeta. Att vara ledare på Cybercom innebär att lyfta medarbetarna, främja samarbete och mångfald och bidra till affärer som skapar värde för kunden, Cybercom och en hållbar framtid.

Cybercoms ledarindex ligger på 8,0 att jämföra med ett branschsnitt på 7,8.



Hög etik och miljömedvetenhet

Hög etik, miljömedvetenhet och ansvarsfullt företagande genomsyrar Cybercoms verksamhet. Vi ska vara nettopositiva till 2030 och fossilfria till 2045. En uppförandekod reglerar hur vi betar oss mot andra och varandra.

Internt miljöarbete och smart resursanvändning

Internt har Cybercom kommit förhållandevis långt på miljöområdet. Men den stora skillnad vi kan göra är att bidra till att kunderna implementerar lösningar för minskad negativ och ökad positiv miljöpåverkan.

Vår ambition är att till 2030 vara nettopositiva, vilket innebär att Cybercoms lösningar och uppdrag hos kunder ska ge mer positiva effekter när de används än de tar i anspråk vid utveckling. De ska alltså tillföra mer samhälls- eller miljönytta då de används än de kräver ändliga resurser vid tillverkning.

2045 ska vi vara fossilfria i vår egen verksamhet vilket innebär att Cybercoms tjänster ska vara fossilfria, våra kontor ska värmas med förnybar energi. Våra inköp ska vara produkter som är fossilfria vid användning och tillverkning.

Miljö ingår i Cybercoms uppförandekod. Företagets negativa miljöpåverkan ska minska, verksamheten ska agera utifrån försiktighetsprincipen och bidra genom teknikutveckling. Som komplement till uppförandekoden har

Cybercom en miljöpolicy som inriktas på långsiktigt hållbara affärer.

Cybercom har ett miljöledningssystem. Den svenska delen av systemet är certifierat enligt ISO 14001. Miljöarbetet utgår ifrån bolagets miljöpolicy, miljömål och handlingsplaner.

Varje kontor anpassar de övergripande miljömålen och handlingsplanerna till de egna förutsättningarna. LED-belysning och tidsinställd belysning införs där så är möjligt och alla kontor har källsortering av sopor som standard.

Som tjänsteföretag har Cybercom inte så stor miljöpåverkan, men arbetar bland annat med att minska utsläpp från tjänsteresor och arbetspendling. Dessa insatser gynnas av att medarbetarna i stor utsträckning använder IT-lösningar för kommunikation internt och med kunder. Det har inte bara minskat resandet utan också bidragit till effektivare samarbete.

Medarbetare och kunder informeras om hur Cybercoms kontor kan nås med kollektiva färd-sätt. Alla kontor har omklädningsrum med dusch för att underlätta att cykla eller springa till jobbet.

Cybercom har identifierat tjänsteresor som det viktigaste nyckeltalet där bolaget kan påverka mest. Resor mäts, styrs och följs upp.

Tjänsteresorna har minskat och fler resor görs med tåg istället för med flyg. Bolaget har nästan inga tjänstebilar. Under 2019 handlade Cybercom upp en ny reseleverantör för att få bättre möjlighet att mäta och följa upp tjänsteresor.

Lagligt och lämpligt beteende

Hög etik ska genomsyra Cybercoms affärer och verksamhet. Cybercoms uppförandekod är vägledande för hur medarbetarna ska agera och affärsetik är en stående punkt på ledningsgruppens agenda.

Cybercom respekterar de mänskliga rättigheterna. Respekt för individens integritet och värdighet är grundläggande för alla relationer, både inom Cybercom och gentemot kunder, partners och andra externa intressenter.

Cybercom har givetvis ett särskilt ansvar för sina egna medarbetare. Alla hållbarhetsrelaterade principer och ställningstaganden



specificeras i bolagets uppförandekod som är vägledande för hur medarbetarna ska agera.

Samtliga medarbetare genomför webbaserad utbildning med syfte att motverka korrup-tion. Utbildningen utgår från Cybercoms uppförandekod och innehåller olika dilemman att ta ställning till.

Under 2019 infördes en ny visseblåsarkanal för anonym rapportering av avvikelser från Cybercoms uppförandekod. Anmälningarna hanteras av en extern part. Inga fall av korrupt beteende eller diskriminering rapporterades under året.

Informationssäkerhet och dataskydd

Arbetet med informationssäkerhet och dataskydd handlar om att säkerställa sekretess, riktighet och tillgänglighet för all information. Hanteringen av informationen ska även alltid ske med respekt för och skydd av den personliga integriteten.

Cybercom arbetar systematiskt med utgångspunkt i bolagets policy för informationssäkerhet och dataskydd. Arbetet syftar till att skydda mot avsiktliga och oavsiktliga hot samt att efterleva tillämpliga lagar, regelverk och krav samt förväntningar från medarbetare och kunder.

Att definiera rätt säkerhetsnivå innebär att fastställa en acceptabel riskexponering, genomföra en analys och utifrån den beskriva de organisatoriska och tekniska säkerhetsåtgärder som krävs.

I samband med att GDPR började gälla fullt ut 2018 infördes en ny säkerhetsorganisation samt nya policyer och instruktioner för att säkra efterlevnad och höja skyddsnivån.

Kompetens- och erfarenhetsutbytet mellan vår interna säkerhetsorganisation och vårt affärsområde inom säkerhet har förstärkts under året vilket är något som skapar ett ökat värde både för Cybercom och våra kunder.

Cybercom hade inte några fall av förlust av kunddata under 2019.

Ansvarsfulla inköp

Alla Cybercoms leverantörer ska skriva under vår Leverantörskod som i stort följer Cybercoms Kod för uppförande och affärsetik, med bland annat riktlinjer för miljö. Vi har ersatt våra egna serverhallar med molntjänstleverantörer för eget behov och i vår affär, vilket dramatiskt minskat våra utsläpp.

I övriga inköp till kontor och medarbetare samordnar vi dessa genom färre leverantörer för att säkerställa bra miljöeffekt. Produkter ska vara tillverkade med minsta möjliga miljöpåverkan. Detta innefattar tillverkningsprocess, materialval, transporter och arbetsförhållanden. Vi förlitar oss på leverantörens redovisning av miljöpåverkan och arbetsmiljö. Vi gör inga egna kontroller hos leverantören. Vi försöker också välja produkter som är hållbara över tid, till exempel genom att hela eller delar av produkten kan återbrukas.





Nicklas Burman, IT-strateg på Kronofogden
Niklas Flyborg CEO Cybercom



MAKING PROGRESS

Det som följs upp blir gjort. Därför har vi mål och nyckeltal för både ekonomi och hållbarhet som håller oss på rätt väg.

Våra kunder, ägare och medarbetare bryr sig nämligen inte bara om vad vi gör utan också hur vi gör det.

Vi levererar rätt resultat, på rätt sätt.

Hållbarhetsstyrning

Hållbarhetsstyrningen på Cybercom utgår från företagets vision, värderingar, uppförandekod och övriga styrdokument. Hållbarhet är integrerat i verksamheten och företagets ledningsgrupp ansvarar för att strategiskt och operativt styra och följa upp arbetet. En väsentlighetsanalys ligger till grund för prioriteringen av hållbarhetsfrågorna.

Den senaste väsentlighetsanalysen färdigställdes 2018 och bekräftade i stort sett tidigare bedömningar av bolagets viktigaste hållbarhetsfrågor. Frågor som har med erbjudande, kunder och medarbetare att göra bör vara högst prioriterade. Hållbara produkter och tjänster är Cybercoms mest väsentliga hållbarhetsfråga, en bedömning som ytterligare förstärktes i analysen från 2018.

En annan fråga som intressenter – i synnerhet medarbetare – uppfattade som viktigare var rätten till likabehandling.

Analysen stärker därför uppfattningen att frågor som har med erbjudande, kunder och medarbetare att göra bör vara högst prioriterade för Cybercom.

När det gäller medarbetarna visade undersökningen på vikten av att arbeta med kultur, ledarskap och beteende. De högst prioriterade frågorna är lika rättigheter och möjligheter, likabehandling samt kompetensutveckling.

Analysen visar att Cybercom också behöver hantera frågor som har med ansvar och regel efterlevnad att göra.

Väsentlighetsanalysen baserades på en kartläggning av frågor i två dimensioner. Dels bedömdes hur stor påverkan olika hållbarhetsfrågor har på omvärlden. Dels kartlades hur viktiga samma hållbarhetsfrågor är för Cybercoms intressenter (i detta fall medarbetare samt kunder) när de ska fatta beslut kopplade till verksamheten.

FRÅGOR SOM PRIORITERAS HÖGRE

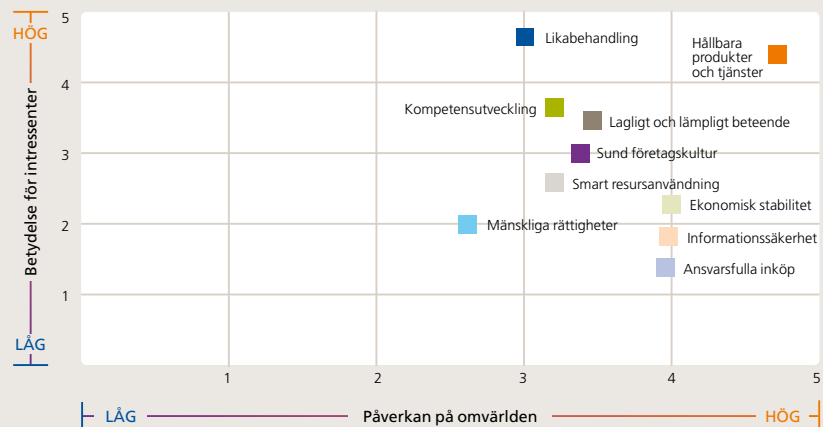


Hållbara produkter och tjänster



Likabehandling

RESULTAT AV VÄSENTLIGHETSANALYS FRÅN 2018



INTRESSENTER OCH DIALOG

Cybercoms viktigaste intressenter är medarbetare och deras fackliga organisationer, kunder, ägare och leverantörer. I tabellen nedan presenteras de områden som är vanligast i vår dialog med respektive intressentgrupp samt de vanligaste kanalerna för kommunikationen och hur dialogen påverkar Cybercoms verksamhet.

Intressentgrupp	Vanliga frågor	Vanliga kommunikationskanaler	Hur dialogen påverkar Cybercoms verksamhet
Kunder	<ul style="list-style-type: none"> Erbjudande Kvalitet Leveranssäkerhet Integritet och säkerhet Affärsetik Arbetsvillkor Klimatprestanda Upphandlingsrutiner 	<ul style="list-style-type: none"> Löpande dialog via Cybercoms key account managers och andra säljare och konsulter Kundundersökningar Intervjuer 	<ul style="list-style-type: none"> Utveckling av erbjudande och lösningar Säljutbildningar Ledningssystem för kvalitet, miljö och informationssäkerhet
Medarbetare	<ul style="list-style-type: none"> Kompetensutveckling Arbetsmiljö Företagskultur Mångfald och jämställdhet 	<ul style="list-style-type: none"> Pulsmätningar varannan vecka Intervjuer Löpande dialog 	<ul style="list-style-type: none"> Utbildningar Chefskonferenser Medarbetarevent och möten om vision och värderingar
Investorare och ägare	<ul style="list-style-type: none"> Lönsamhet och tillväxt Ansvarsfullt företagande Affärsetiska krav 	<ul style="list-style-type: none"> Årsstämma Styrelsearbete Intervjuer 	<ul style="list-style-type: none"> Kod för affärsetik och uppförande, hållbarhetsredovisning
Leverantörer	<ul style="list-style-type: none"> Leverantörers miljöarbete 	<ul style="list-style-type: none"> Uppförandekod för leverantörer 	<ul style="list-style-type: none"> Uppförandekod för leverantörer

Bolagsstyrning



Bolagsstämman är bolagets högsta beslutande organ. Det är på bolagsstämman som aktieägarna har möjlighet att utöva sitt inflytande. Styrelsen ansvarar för koncernens organisation och förvaltning enligt aktiebolagslagen. En fastställd arbetsordning reglerar ansvarsfördelning mellan styrelse och verkställande direktör.

Styrelse

Styrelsen behandlade under året frågor såsom strategi, affärsplan och budget, bolagets finansiering samt branschens utveckling. Styrelsen följer ledningens arbete genom månadsvisa rapporter över bland annat finansiellt resultat, nyckeltal samt utvecklingen av prioriterade aktiviteter. Här ingår även uppföljning av hållbarhets- och innovationsarbetet.

Organisation för hållbarhet

Cybercoms ledningsgrupp ansvarar för att strategiskt och operativt styra och följa upp bolagets hållbarhetsarbete. Hållbarhetsarbetet koordineras i ledningen av bolagets chef för hållbarhet och kommunikation. Cybercom har ingen separat hållbarhetsorganisation, utan hållbarhetsarbetet är integrerat i verksamheten. Flera funktioner och roller inom både affärsom-

rådena och stödfunktionerna är involverade i hållbarhetsarbetet.

Cybercoms forum för marknadsföring samt bolagets rekryterare bidrar också till Cybercoms satsningar inom hållbarhet. Slutligen stödjer hållbarhetsambassadörer från olika delar av organisationen hållbarhetschefens arbete genom att driva olika projekt. Under 2019 har dessa bland annat varit involverade i framtagandet av den hållbarhetsutbildning som genomförs i hela organisationen i början av 2020.

Uppförandekod

Cybercoms huvudsakliga policy inom hållbarhetsområdet är bolagets uppförandekod. Uppförandekoden baseras på FN:s Global Compact principer om mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och antikorrupktion. Den formulerades 2004 och uppdaterades senast 2016. Uppförandekoden gäller samtliga medarbetare och ställer krav på medarbetarnas professionalitet och integritet så att var och en agerar lagligt och lämpligt i relation till Cybercoms intressenter.

Cybercom har även en uppförandekod för leverantörer. Leverantörskoden täcker samma områden som Cybercoms interna uppfö-

randekod, utom finansiell rapportering och extern kommunikation. Cybercoms interna uppförandekod och uppförandekod för leverantörer finns på cybercom.com.

Cybercoms uppförandekod innehåller följande områden, i korthet:

Följa lagstiftning och regelverk. Alla Cybercoms medarbetare ansvarar för att agera i enlighet med de lagar och regler som gäller för Cybercoms verksamhet och leveranser. Då det krävs, ska juridisk rådgivning efterfrågas. Cybercom följer Svensk kod för bolagsstyrning. Cybercom rapporterar och redovisar företagsinformation i enlighet med tillämplig lagstiftning och regelverk.

Mänskliga rättigheter. Cybercom respekterar de mänskliga rättigheterna såsom de skyddas av FN:s allmänna förklaring om de mänskliga rättigheterna. Alla ska visa respekt inför individen och dennes integritet och värdighet. Cybercom ska inte på något sätt bidra till kränkningar av de mänskliga rättigheterna.

Arbetsrätt och arbetsförhållanden. Cybercom stöder föreningsfrihet och rätten till kollektivavtal. Cybercom tillåter inte barnarbete.

Cybercom accepterar inga former av diskriminering. Alla medarbetare har samma rättigheter och ska aldrig utsättas för orättvis behandling på grund av kön, sexuell läggning, etniskt ursprung, religion, trosuppfattning, politisk tillhörighet eller funktionsnedsättning. Alla medarbetare ska visa varandra och Cybercoms affärspartners respekt och har eget ansvar för att motverka diskriminering.

Cybercom erbjuder ersättning som möter nationell lagstiftning avseende minimilön. Alla anställningsavtal ska vara korrekt upprättade. Cybercom säkerställer också att antalet arbetstimmar följer lokal lagstiftning.

Alla medarbetare ska ha tid för återhämtning. Cybercom ska inte på något sätt nyttja tvångsarbete och säkerställer alltid att arbetsförhållandet mellan Cybercom och medarbetaren är frivilligt.

Hälsa och säkerhet. Cybercom ska säkerställa en hälsosam och säker arbetsmiljö i enlighet med internationellt erkända standarder. Cybercom vidtar proaktiva åtgärder för att motverka olyckor och arbetsrelaterade sjukdomar. Vid behov erbjuds alla medarbetare utbildning i hälsa och säkerhet.

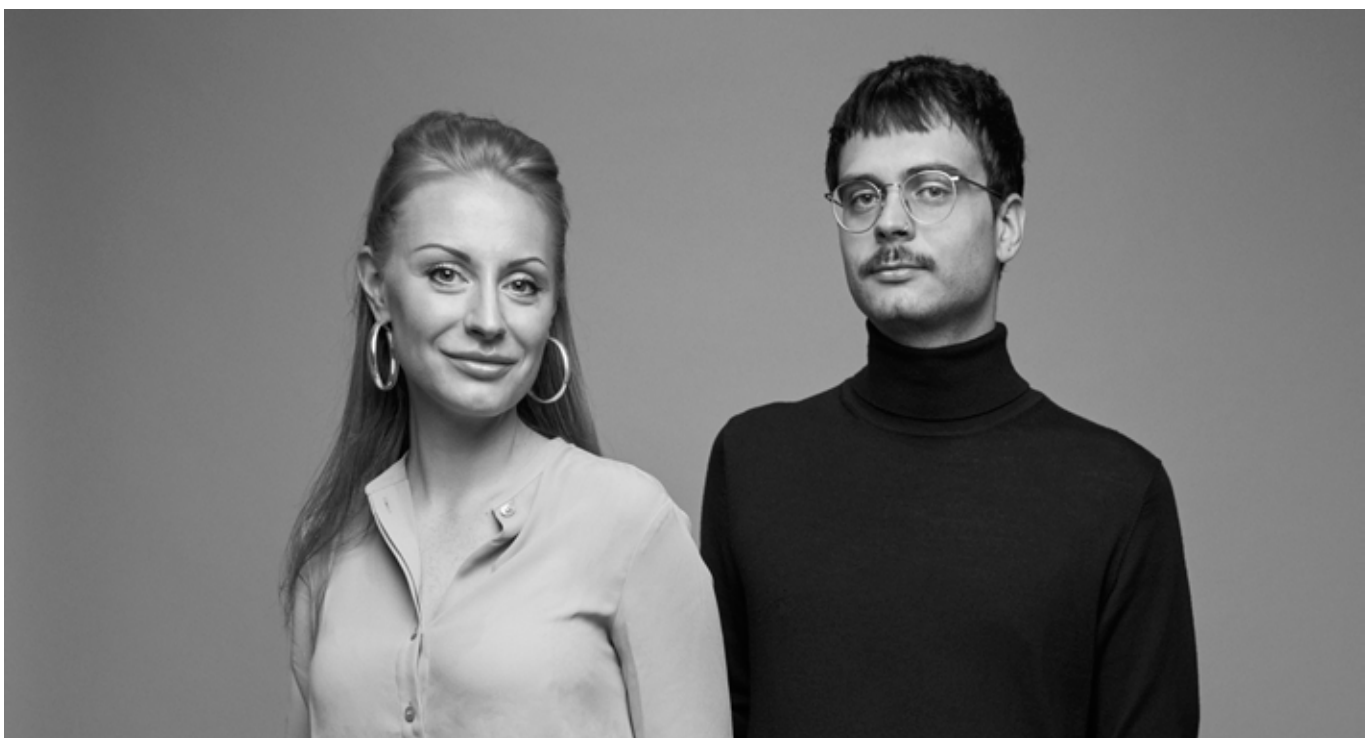
Miljö. Cybercom ska minimera bolagets negativa miljöpåverkan. Cybercom respekterar försiktighetsprincipen och söker aktivt bidra till att reducera negativ miljöpåverkan genom ansvar och teknisk utveckling. Cybercom agerar i enlighet med lagstiftning och internationellt erkända direktiv.

Korruption och andra förbjudna affärsmetoder. Cybercom följer Institutet Mot Mutors kod om gåvor, belöningar och andra förmåner i näringslivet och arbetar aktivt för att motverka korruption och oetiskt uppförande. Medarbetare får inte ta emot eller ge gåvor, förmåner eller mutor som strider mot denna kod. Cybercom är emot alla former av penningtvätt och har vidtagit de åtgärder som har bedömts relevanta för att förhindra att finansiella transaktioner används i brottsligt syfte. Cybercom är politiskt obundet och sponsrar inte någon politisk organisation.

Finansiell information och annan extern kommunikation. Cybercom ska vara transparent och lämna relevant information vid rätt tillfälle. Det innebär att bolaget alltid ska lämna korrekt och rättvisande information. Cybercoms mål är att kommunikation ska bidra till ett starkare varumärke.

Företagets tillgångar och konfidentiell information. Alla affärsmässiga beslut ska fattas för företagets bästa. Medarbetare ska vara professionella i sin relation till Cybercom och inte bedriva konkurrerande verksamhet. För Cybercom är det viktigt att kunderna känner förtroende för bolaget. Alla medarbetare behandlar kundinformation med total sekretess. Information om Cybercoms kunder får endast användas för att genomföra det aktuella uppdraget. Sekretessen fortlöper efter att ett uppdrag är genomfört. Det finns tydliga riktlinjer för hantering av konfidentiell information. Cybercoms säkerhetspolicy innebär att varje medarbetare skriver under en sekretessförbindelse. Det finns tydliga regler kring hur material som tillhör Cybercom ska hanteras samt vilka som har tillgång till olika dokument.

Professionalism. Frihet under ansvar och fokus på individen är två viktiga bidrag till Cybercoms förmåga att attrahera kompetenta medarbetare. Cybercom vill erbjuda alla medarbetare möjlighet till personlig och professionell utveckling. Genom att ha en arbetsmiljö som präglas av öppenhet, kreativitet och flexibilitet skapas förutsättningar att erbjuda kunder professionella och attraktiva produkter och tjänster. Sammanfattningsvis ska Cybercom alltid uppträda etiskt i relation till alla bolagets intressenter.





Styrning av medarbetarfrågor

Medarbetarfrågorna styrs på koncernövergripande nivå och syfte och mål är i allt väsentligt lika i hela Cybercom även om utförandet kan variera mellan länder.

Under 2019 har arbetet med medarbetarfrågor vidareutvecklats på flera sätt, bland annat:

- En ny HR-strategi lanserades vid en ledarkonferens med 150 deltagare.
- HR-processerna har effektiviserats ytterligare genom förbättring av datadrivna verktyg inom bland annat sök, rekrytering och medarbetarmätningar.
- Digital signering av alla medarbetaravtal har införts i Sverige och kommer att implementeras även i Polen, Danmark och Finland.
- Pulsmätningar varannan vecka har ersatt den tidigare årliga medarbetarundersökningen. De fyra index som följs är: Inkludering och mångfald, medarbetarsamtal, effektivitet samt kollektiv intelligens.
- Uppföljning av mångfalds- och inkluderingsindex infördes.

Det råder kompetensbrist i branschen och Cybercom arbetar därför aktivt med att vara en attraktiv arbetsplats och med att kunna rekrytera rätt kompetens.

Medarbetarnas karriärutveckling följs upp kontinuerligt genom:

- Årlig Professional Development Inventory med närmaste chef
- Kvartalsvis uppföljning

Vi utvecklar våra ledare och tar tillvara koncernens kollektiva intelligens genom bland annat:

- Ett koncerngemensamt program för långsiktig ledarutveckling.
- Metoder för kollektiv intelligens som är utvecklade av forskare på Handelshögskolan i Stockholm.

Att ha villkor som attraherar rätt medarbetare är mycket viktigt och Cybercom erbjuder bland annat:

- I hög grad flexibla och individualiserade villkor.
- Konkurrenskraftig ersättning samt generösa, relevanta förmåner.
- Trygghetsförmåner.
- Försäkringar med olika upplägg för olika länder.
- Kollektivavtal i Sverige och Finland med förmåner kring till exempel pension och utfyllnad av föräldralön.
- Attraktiva centralt placerade kontor med närhet till kollektivtrafik.
- Kontor som är välkomnande mötesplatser för skapande och innovation.
- En god arbetsmiljö med omsorg om hälsa och välmående.
- Variation och utveckling i arbetet samt hjälp att matcha rätt person med rätt uppdrag.
- Lösningar som underlättar tillvaron på jobbet och balansen mellan arbete och privatliv.
- Olika slags arbetsplatser för flexibilitet och komfort med uppmuntran till rörelse, exempelvis genom möjlighet att spela pingis på kontoren.

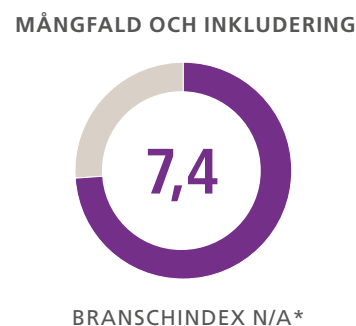
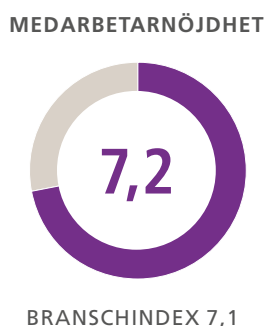
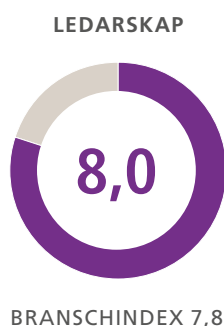
Vi jobbar aktivt på flera fronter för att säkerställa att vi har ett attraktivt medarbetarvarumärke och för att hitta nya medarbetare:

- Vi använder många kanaler för rekrytering och söker brett, både inom och utanför Europa.
- Vi hanterar själva processen för ansökan om arbetstillstånd för utländska kollegor och erbjuder språkundervisning och kulturorientering.
- Vi är medvetna om att mångfald stärker vår kreativa och problemlösande förmåga och är noga med att inte välja bort (eller för den delen gynna) någon på felaktiga grunder – diskriminering får inte förekomma.
- Jämnare könsfördelning hör till bolagets övergripande målsättningar. Nuvarande mål är att andelen kvinnor ska uppgå till 30 procent. Vi möter målet på styrelse- och ledningsnivå, men har totalt sett en bit kvar då fördelningen vid årets slut var 20 procent kvinnor och 80 procent män.
- Vi är partner till nätverket och eventarenan Women in Tech och den ideella föreningen Hello World! som sprider kunskap och engagemang om naturvetenskap, teknik, innovation och konst med digitala verktyg.
- Vi utvecklar ständigt Cybercoms kultur för att se till att vi har en arbetsmiljö där allas perspektiv och kompetens tas tillvara.

De viktigaste dokument som ligger till grund för Cybercoms hantering av medarbetarfrågor är:

- Uppförandekod
- Policy och rutin för arbetsmiljö
- Mångfalds- och inkluderingspolicy
- Jämställhetsplan
- Rutin vid kränkande särbehandling

SÅ HÄR BEDÖMS VI SOM ARBETSGIVARE



* Det finns inget branschindex, men vi vill mäta och följa vår progress.

Risker och möjligheter

Cybercom är som alla företag exponerat för ett antal risker som kan påverka koncernens verksamhet, resultat och finansiella ställning. Därför genomförs löpande riskutvärderingar som identifierar risker samt initierar de åtgärder som krävs för att hantera dessa.

Marknads- och verksamhetsrelaterade risker	Beskrivning	Åtgärd
Kompetensförsörjning	Cybercoms verksamhet är beroende dels av att kunna attrahera och rekrytera kompetent personal, dels av att personalen bibehåller sin kompetens, fortsätter att utvecklas och är motiverade. Efterfrågan på kvalificerad arbetskraft är hög och bolaget kan i perioder ha svårigheter att rekrytera i tillräckligt hög utsträckning. En hög personalomsättning eller en förlust av nyckelpersoner skulle därför kunna påverka bolaget negativt.	Cybercom arbetar kontinuerligt med arbetsmiljö, företagskultur, ledarskap och kompetensutveckling, för att säkerställa att bolaget är en attraktiv arbetsgivare och har rätt kompetens. Inom företaget finns ett 20-tal interna akademier för kompetensutveckling. Innovation Zones finns på bolagets olika kontor för kompetensöverföring och för att utforska ny teknik och ta till vara medarbetarnas drivkrafter och kreativitet. Cybercom arbetar med varumärkesbyggande aktiviteter och rekrytering, till exempel genom att delta i konferenser, seminarier och kurser. Bolaget erbjuder studenter att skriva examensarbeten inom Cybercoms verksamhet. Kompetensförsörjningen till de nordiska marknaderna kompletteras med kapacitet från kompetenscentra i Cybercoms polska och indiska verksamheter. Bolaget rekryterar globalt och erbjuder flexibla och individualiserade villkor samt centrala kontor för att attrahera rätt medarbetare. Se även avsnittet om Våra medarbetare på sidan 22.
Konjunkturen	Den nordiska marknaden för digitaliseringskonsulttjänster påverkas av den allmänt rådande konjunkturen. Ett försämrat allmänt affärs-klimat kan därför påverka efterfrågan på bolagets tjänster.	Bolaget har utvecklat expertisområden där marknadsefterfrågan bedöms vara stark de kommande decennierna. Dessutom vidareutvecklar bolaget kompetens inom nya områden löpande och följer marknadstrender nationellt och globalt. Verksamheten bygger på de globala megatrenderna digitalisering och hållbarhet vilket skapar viss motståndskraft mot konjunktursvängningar.
Kundkoncentration	Cybercoms tio största kunder står för 48 procent av bolagets omsättning och största kunden står för 22 procent av omsättningen. Cybercom eftersträvar långa kundrelationer. Flera organisationer har varit kunder till Cybercom under många år.	Hos de större kunderna har Cybercom ofta många olika projekt som är oberoende av varandra. Bolaget strävar efter att ha en bra balans mellan kunder från olika branscher och olika geografiska områden för att minska riskexponering. Cybercoms mål är att de tio största kunderna ska stå för 50 procent av omsättningen och ingen enskild kund ska stå för mer än 15 procent av bolagets intäkter. Strategin för 2019–2021 är att minska beroendet av stora kunder och öka andelen strategiska partnerskap.
Beläggningsrisk	Cybercoms intäkter är till stor del beroende av antalet sålda konsulttimmar. Minskad efterfrågan på konsulttimmar påverkar beläggningsrisken och kan ha många orsaker, till exempel vikande konjunktur och/eller felaktig konsultkompetens. Vidare finns en risk att kunder i vissa fall avslutar projekt med kort varsel vilket i sin tur kan medföra att Cybercom inte omedelbart kan belägga de konsulter som berörs i andra uppdrag.	Cybercom utvecklar och fördjupar expertisen inom områden där efterfrågan växer och bedöms fortsätta växa många år framåt. Bolagets tjänster täcker hela projektets livscykel och konsulterna rustas för att kunna anta olika roller. Medarbetarna vidareutvecklas kontinuerligt. Kontorens Innovation Zones bidrar till att bolaget har kunskap om och kompetens inom den senaste tekniken. Vidare samarbetar bolaget med ett stort antal underkonsulter för att kunna anpassa kapaciteten både efter konjunktursvängningar och variationer hos kunderna. Strategin för 2019–2021 är att öka försäljningen av paketerade lösningar som är skalbara och värdebaserade snarare än sålda per timme.
Prisnivå och kundåtagande	En viktig beståndsdel i företagets resultat är prisnivån gentemot kund. I de fall priserna förhandlas löpande med kunden påverkas resultatet omedelbart av en sänkt prisnivå på marknaden. En annan typ av prisrisk utgörs av fastprisuppdrag och andra åtaganden gentemot kund, där Cybercom utlovar att tillhandahålla en lösning eller tjänst till ett i förväg avtalat pris. Bolaget bär därmed risken om kostnaden för att leverera uppdraget missbedöms.	Cybercoms strategi är att arbeta aktivt med uppsökande försäljning och erbjuda fler rådgivande tjänster genom att föra dialog med flera intressenter hos respektive kund (verksamhets-, inköps- och IT-sidan) och förflytta sig högre upp i värdekedjan. Bolaget vidareutvecklar kontinuerligt sina rutiner för att bedöma och kontrollera riskerna i kunduppdragen. För den del av omsättningen som kommer från kunder med vilka bolaget har ingått ramavtal, krävs en omförhandling av ramavtalet för att Cybercom ska påverkas av förändringar i prisnivån, vilket innebär en lägre risk. Strategin för 2019–2021 är att öka försäljningen av paketerade lösningar som är skalbara och värdebaserade snarare än sålda per timme.

Marknads- och verksamhetsrelaterade risker

Marknads- och verksamhetsrelaterade risker	Beskrivning	Åtgärd
Etiska risker	Etiska risker omfattar att medarbetare inte följer nationella regelverk, Cybercoms uppförandekod eller andra etiska riktlinjer, eller att medarbetare är involverade i korruption, mutor eller andra oegentligheter. Sådant agerande kan leda till ett skadat varumärke, juridiska sanktioner och böter.	Alla Cybercoms medarbetare skriver under bolagets kod för affärsetik och uppförande vid anställning. Det är även ett krav för bolagets underkonsulter. Förebyggande åtgärder genom kommunikation, utbildning och dilemmaövningar genomförs på alla nivåer i bolaget.
Miljö- och klimatrelaterade risker	Som tjänsteföretag har Cybercom inte så stor miljö- och klimatpåverkan. Miljö- och klimatriskerna bedöms som låga och är kopplade till kontorsverksamheten samt relaterade inköp, tjänsteresorna och arbetspendlingen.	Cybercoms miljöarbete utgår ifrån bolagets miljöpolicy, miljömål och handlingsplaner. Kopplat till målet om att Cybercom 2045 ska vara fossilfritt så arbetar bolaget mot att tjänsteresorna ska vara fossilfria och att kontoren ska värmas med förnybar energi.
Arbetsmiljörisker	Cybercoms största arbetsmiljö- och hälsorisker är förslitningsskador och stressrelaterade besvär.	Bolagets lokaler är utformade för att uppmuntra till rörelse och varierad arbetsställning. Cybercom strävar efter en öppen, kommunikativ, förtroendegivande och transparent kultur för att minimera stress. Bolagets medarbetare erbjuds företagshälsovård efter individens behov och arbetsredskap för att exempelvis förebygga förslitningsskador.
Mänskliga rättigheter	Cybercoms verksamhet är personalintensiv. Det innebär risk kopplat till diskriminering baserad på kön, sexuell läggning, etniskt ursprung, religion, trosuppfattning, politisk tillhörighet, funktionsnedsättning eller ålder.	Cybercoms ledning arbetar kontinuerligt för att säkerställa att samtliga verksamheter följer bolagets kod för affärsetik och uppförande. Alla ska visa respekt för den enskilda individen, dennes integritet och värdighet.
Bank- och kundavtal	I bolagets låneavtal liksom i några kundavtal finns klausuler som ger motparten möjlighet till uppsägning om det sker större förändringar i ägarstrukturen. Om uppsägning sker, kan det påverka bolaget negativt.	Cybercoms finansiella struktur är god och bolaget strävar efter en stabil finansiell bas med god förutsättning till dialog med bank. Bolaget har många olika kundavtal, uppdrag och flera större kunder.
Finansiella risker	Cybercom är exponerat för flera finansiella risker, till exempel likviditetsrisker, ränterisker, valutarisker och kreditrisker.	Dessa risker finns beskrivna i Cybercoms årsredovisning 2019.



Ekonomiskt resultat

Skapat ekonomiskt värde

Tabellen visar Cybercoms direkt skapade ekonomiska värde, samt hur detta har fördelats till olika intressentgrupper.

KSEK	2019	2018	2017	2016	2015
Direkt skapat ekonomiskt värde					
Intäkter	1 752 829	1 678 203	1 463 498	1 353 925	1 259 598
Distribuerat ekonomiskt värde					
Ersättning till anställda	-901 452	-851 299	-785 184	-766 570	-782 933
Övriga externa kostnader	-624 171	-645 037	-522 884	-480 000	-408 590
Välgörenhet ¹⁾	-802	-663	-989	-549	-575
EBITDA	226 403	181 204	154 440	106 806	67 500
Investeringsverksamhet	-66 276	-19 197	-24 580	-23 363	-23 873
Finansnetto	-10 326	-3 291	-2 592	-5 588	-2 621
Utdelning	-115 000	0	0	0	0
Betald skatt fördelat per land²⁾					
Danmark	-941	-1 970	-1 062	0	0
Finland	-6 894	-8 965	-7 368	-3 503	-925
Indien	-428	-1 058	-2 138	-754	-573
Italien	0	0	0	0	-1
Kina	-42				
Polen	-3 929	-1 322	-1 314	-2 730	-1 755
Rwanda	0	0	0	-187	0
Singapore	0	0	0	-466	185
Sverige	-16 962	-15 616	-13 008	-4 215	-1
Sydkorea	-645	0	-1 316	-1 163	-809
Taiwan	-36	-87	-114	-126	-121
Tanzania	0	0	-404	-431	-802
Tchad	0	0	0	-583	-546
Tyskland	0	0	0	-10	0
Bibehållet ekonomiskt värde	4 923	129 700	100 545	63 687	35 658

¹⁾ Från 2017 har värdet av pro bono-uppdrag inkluderats i posten välgörenhet.

²⁾ I vissa fall där bolaget levererar produkter eller tjänster till annat land innehålls skatt på betalningen till Cybercom, så kallad withholding tax. I de länder där bolaget betalat withholding tax under året har dessa belopp räknats in i beloppet för betald skatt.

Standarden IFRS 16, redovisning av leasingkontrakt, har införts från 2019 års bokslut. Effekten av denna redovisningsstandard är minskning av övriga externa kostnader med 48,7 msek, och därmed motsvarande ökning i EBITDA, medan investeringsverksamheten ökar med 45,4 msek.

Resultaträkning – Koncernen

KSEK	2019	2018
Nettoomsättning	1 723 042	1 663 761
Övriga rörelseintäkter	29 745	14 318
Ersättningar till anställda	-923 055	-878 475
Övriga externa kostnader	-603 329	-618 399
Av- och nedskrivningar	-123 597	-38 878
Rörelseresultat	102 806	142 326
Finansiella intäkter	1 788	1 262
Finansiella kostnader	-12 115	-4 552
Resultat före skatt	92 479	139 036
Skatt	-20 466	-32 574
Årets resultat	72 014	106 462

I februari 2019 förvärvades Cybercom Holding AB av Cybercom Intressenter AB. Koncernredovisning för 2019 har upprättats i det nya topp-bolaget, Cybercom Intressenter AB, med verksamhet från och med februari 2019. För att i denna rapport ge en rättvisande bild av verksamheten har resultaträkningen upprättats proforma så att Cybercoms verksamhet i januari även ingår i koncernredovisningen. Balansräkningen 2019 avser Cybercom Intressenter-koncernen. Jämförelsesiffrorna för 2018 avser Cybercom Holding-koncernen. Förvärvet har påverkat koncernredovisningen i form av ökade avskrivningar på allokerade tillgångar i samband med förvärv med 33 msek 2019, ökad goodwill med 640 msek och ökade immateriella tillgångar med 385 msek vid jämförelse med Cybercom Holding 2018-12-31.

IFRS 16, redovisning av leasingkontrakt, har införts från 2019 års bokslut. Denna redovisningsstandard minskar övriga externa kostnader med 48,7 msek, ökar avskrivningar med 45,4 msek och finansiella kostnader med 1,8 msek. Resultat efter skatt ökar med 2,2 msek. I balansräkningen öka nyttjanderättsstillgångar med 143 msek samtidigt som leasingskulder ökar med samma belopp.

Balansräkning – Koncernen

KSEK	2019-12-31	2018-12-31
Tillgångar		
Anläggningstillgångar		
Goodwill	974 795	335 040
Övriga immateriella anläggningstillgångar	375 207	45 994
Materiella anläggningstillgångar	26 840	33 557
Nyttjanderättstillgångar	143 759	–
Finansiella anläggningstillgångar	438	856
Uppskjutna skattefordringar	8 630	4 811
Summa anläggningstillgångar	1 529 669	420 258
Omsättningstillgångar		
Kundfordringar	436 301	481 310
Skattefordringar	760	221
Övriga fordringar	11 235	25 973
Förutbetalda kostnader	20 047	18 731
Likvida medel	94 173	156 444
Summa omsättningstillgångar	562 517	682 679
Summa tillgångar	2 092 186	1 102 936
Eget kapital och skulder		
Eget kapital		
Aktiekapital	98	50
Övrigt tillskjutet kapital	972 222	391 558
Reserver	2 851	19 256
Balanserat resultat inklusive årets resultat	55 056	223 292
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare	1 030 227	634 157
Summa eget kapital	1 030 227	634 157
Långfristiga skulder		
Uppskjuten skatteskuld	94 303	21 178
Skulder till kreditinstitut	400 134	193
Leaseskulder	99 666	–
Övriga långfristiga skulder	1 477	1 230
Summa långfristiga skulder	595 580	22 600
Kortfristiga skulder		
Förskott från kunder	17 107	27 205
Avsättning för omstruktureringsåtgärder	2 496	842
Leverantörsskulder	151 583	169 446
Skatteskulder	4 190	13 404
Skulder till kreditinstitut	73 929	82 611
Leaseskulder	46 481	–
Övriga kortfristiga skulder	41 258	34 314
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	129 334	118 357
Summa kortfristiga skulder	466 378	446 179
Summa eget kapital och skulder	2 092 186	1 102 936

Kassaflödesanalys – Koncernen

KSEK	2019	2018
Den löpande verksamheten		
Resultat före skatt	102 806	139 036
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	113 760	27 922
Kassaflöde från rörelsen	216 566	166 958
Betald inkomstskatt	–40 548	–32 681
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	176 017	134 276
Förändring kundfordringar	46 513	–39 938
Förändring övriga kortfristiga fordringar	15 449	–18 905
Förändring leverantörsskulder	–18 334	37 602
Förändring övriga kortfristiga skulder	5 381	5 685
Kassaflöde från den löpande verksamheten	225 027	118 720
Investeringsverksamheten		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	–2 991	–78
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	–9 840	–17 188
Försäljning av finansiella anläggningstillgångar	446	429
Aytttring/förvärv av dotterföretag, nettoeffekt på likvida medel	–1 479 445	10 157
Kassaflöde från investeringsverksamheten	–1 491 831	–6 680
Finansieringsverksamheten		
Aktieägartillskott	496 969	–
Nyemission	475 352	–
Utdelning	–115 000	–
Upptagna lån	512 500	–
Förändring övriga långfristiga skulder	–46 150	–35
Amortering av skuld	–120 856	–20 000
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	1 202 815	–20 035
Årets kassaflöde	–63 989	92 005
Likvida medel vid årets början	156 443	61 319
Valutakursdifferens i likvida medel	1 719	3 119
Likvida medel vid årets slut	94 173	156 443

Miljö- och klimatresultat

Elanvändning	2019	2018	2017
Elanvändning (MWh) ¹⁾	935	2 195	2 037
Elanvändning (MWh/MSEK omsättning)	0,5	1,3	1,4

¹⁾ Avser kontor och egna datahallar

Koldioxidutsläpp, ton	2019	2018	2017	2016
Energianvändning, scope 2 ¹⁾	136	293	290	321
Affärsresor, scope 3 ²⁾	203	204	277	182
Total	339	497	567	503
Utsläpp (ton/MSEK omsättning)	0,19	0,30	0,39	0,37

¹⁾ Energianvändning och koldioxidutsläpp från den indiska verksamheten är exkluderade.

Minskningen i koldioxidutsläpp mellan 2018 och 2019 beror på att en datahall i Finland såldes i slutet av 2018. Omräkningsfaktorer som används är de genomsnittliga landsfaktorerna

²⁾ Avser Cybercoms tjänsteresor med flyg. Uppgifterna kommer från de resebyråer som Cybercom anlitar i respektive land.

Socialt resultat

Ålders- och könsfördelning	2019		2018		2017	
	Antal	Kvinnor, %	Antal	Kvinnor, %	Antal	Kvinnor, %
Styrelse	8	50	8	50	9	33
<30 år	0	0	0	0	0	0
30–50 år	5	40	5	40	6	17
>50 år	3	67	3	67	3	67
Chefer	125	27	121	30	121	26
<30 år	7	43	6	17	3	33
30–50 år	100	25	96	26	91	19
>50 år	18	39	19	47	27	52
Övriga medarbetare	1 209	20	1 169	19	1 141	19
<30 år	354	18	374	20	338	22
30–50 år	697	20	657	19	664	19
>50 år	158	20	138	21	139	21

Anställda i Cybercom	2019		2018		2017	
	Antal	Kvinnor, %	Antal	Kvinnor, %	Antal	Kvinnor, %
Tillsvidareanställda	1 333	20	1 285	20	1 251	20
Varav heltid	1 288	20	1 249	20	1 231	20
Varav deltid	45	29	36	25	20	40
Antal visstidsanställda	1	0	5	20	11	73
Totalt	1 334	20	1 290	20	1 262	19

Anställda per land	2019		2018		2017	
	Antal	Kvinnor, %	Antal	Kvinnor, %	Antal	Kvinnor, %
Sverige	809	21	785	22	775	22
Finland	188	13	179	15	171	12
Polen	300	22	289	21	277	21
Indien	23	13	24	17	21	14
Danmark	14	14	13	15	18	39
Totalt	1 334	20	1 290	20	1 262	20

Utbildningstimmar per anställd	2019	2018	2017
Kvinnor	32	32	18
Män	27	38	19
Totalt	28	37	19

Utvecklingssamtal	2019	2018	2017
Andel anställda som har haft utvecklingssamtal, %			
Kvinnor	100	95	94
Män	100	94	90
Totalt	100	95	91

Kollektivavtal	2019	2018	2017
Andel anställda som omfattas av kollektivavtal, %	74	74	76

Sjukfrånvaro, %	2019	2018	2017
Sverige	2,9	2,9	2,9
Finland	2,7	3,0	2,4
Polen	2,4	3,1	2,5
Danmark	2,3	1,5	3,2
Genomsnitt	2,7	3,0	2,8

HR-nyckeltal	2019	2018	2017
Andel anställda med akademisk examen, %	85	86	89
Genomsnittlig erfarenhet, år	11	10	11
Genomsnittlig anställningstid, år	3,6	3,6	4,0
Medelålder, år	37	36	37

Förändring i medarbetarstyrkan	2019			2018			2017		
	Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt
Nyanställda			405			399			425
<30 år	35	124	159	34	140	174	44	141	185
30–50 år	45	178	223	51	155	206	45	177	222
>50 år	8	15	23	5	14	19	7	11	18
Andel nya anställda av totalt antal anställda			31%			31%			35%
Anställda som slutat			361			364			372
<30 år	22	75	97	25	77	102	25	85	110
30–50 år	45	182	227	45	187	232	28	204	232
>50 år	14	23	37	9	21	30	8	22	30
Andel anställda som slutat av totalt antal anställda			28%			29%			30%

Ledning

Niklas Flyborg

Vd och koncernchef Cybercom Group
Född 1962

Civilekonom, Handelshögskolan Stockholm
Anställd i Cybercom sedan: 2012

Tidigare: Mandator, Cell Network,
Observer/Cision, Caggemini

Camilla Öberg

CFO Cybercom Group
Född 1964

Civilekonom, Handelshögskolan i Stockholm
Anställd i Cybercom sedan: 2012

Tidigare: Logica, WM-data, SEB, Lexicon
och Swegro group

Annika Nordlander

Chef affärsområde Connectivity Sweden
Född 1959

Systemvetenskap, Mittuniversitetet
Anställd i Cybercom sedan: 2014

Tidigare: Ericsson, Fujitsu, Merkantidata,
DFind IT, Proffice

Tapio Koivisto

Chef affärsområde Connectivity Finland
Född 1980

B. Sc. Media Technology, Metropolia Helsinki
Anställd i Cybercom sedan: 2004

Tidigare: Alma Media, Andritz

Jan Matulewicz

Chef affärsområde Connectivity Poland
Född 1978

MBA, University of Łódź

Anställd i Cybercom sedan: 2016

Tidigare: Ericpol

Ebbe Bo Hansen

Chef affärsområde Connectivity Denmark
Född 1957

Datanom, Diploma Programmes Single
Courses, Copenhagen Business School
Anställd i Cybercom sedan: 2004

Tidigare: Regnecentralen, Cap Gemini,
International Datasupport, Logica, Ciber

Tony Hendrell

Chef affärsområde Cybercom AWS
business Group

Född 1978

B. Sc. Software Engineering, Stadia Helsinki

Anställd i Cybercom sedan: 2010

Tidigare: Atea, Alma Media, MTV

Göran Dahlberg

Chef affärsområde Secure

Född 1973

Huthwaite International, ETS Assessment
and Development, Tekniskt Basår (KTH)

Anställd i Cybercom sedan: 2013

Tidigare: Postnord, Observer/Cision,
Romeike, Imedia

Bo Strömquist

Säljchef Cybercom Group

Född 1964

Examen i Systemvetenskap,
Linköpings universitet,
Washington State University

Anställd i Cybercom sedan: 2012

Tidigare: Rational Software, IBM,
TDC, Cision, Enea

Linda Westlund

HR-chef Cybercom Group

Född 1978

Fil. kand. sociologi med inriktning PAO (perso-
nal, arbete och organisation) Mittuniversitetet

Anställd i Cybercom sedan: 2014

Tidigare: Uniflex Bemanning, Mistat

Dennis Lundqvist

CIO Cybercom Group

Född 1976

Civilingenjör Elektronik, Kungliga
Tekniska Högskolan

Anställd i Cybercom sedan: 2016

Tidigare: ÅF, Epsilon

Richard Brolin

Chefsjurist Cybercom Group

Född 1973

LL.M. Stockholms universitet

Anställd i Cybercom sedan: 2018

Tidigare: Sandart & Partners law firm, Kamera
Interactive, af Petersens law firm, SunGard
Data Systems Inc., Openlink Financial LLC

Kristina Cato

Chef hållbarhet och kommunikation

Cybercom Group

Född 1968

Filosofie Magisterexamen,
Uppsala universitet

Anställd i Cybercom sedan: 1999

Tidigare: Linköpings Universitetssjukhus

Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten

Till bolagsstämman i Cybercom Intressenter AB
org. nr 559184-2447

Uppdrag och ansvarsfördelning

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2019 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Granskningens inriktning och omfattning

Vår granskning har skett enligt FAR:s rekommendation RevR 12 Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten. Detta innebär att vår granskning av hållbarhetsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för vårt uttalande.

Uttalande

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Stockholm den 27 mars 2020
KPMG AB

Helena Arvidsson Älgne
Auktoriserad revisor

Styrelsens underskrift

Stockholm 25 mars 2020

Styrelsen

Index för Global Reporting Initiative och FNs Global Compact

Indexet nedan anger var i hållbarhetsredovisningen respektive GRI-upplysning finns. Indexet innehåller också hänvisningar till FNs Global Compacts (UNGC) principer (www.unglobalcompact.org).

GRI STANDARDS 2016		Sidhänvisning	Kommentar	UNGC
GRI 102: ALLMÄNNA UPPLYSNINGAR				
Organisationsprofil				
102-1	Organisationens namn	Omslag insida		
102-2	Aktiviteter, varumärken, produkter och tjänster	2, 8–9		
102-3	Lokalisering av huvudkontor	2		
102-4	Länder där bolaget är verksamt	2, omslag bak		
102-5	Ägarstruktur juridisk form	3		
102-6	Marknadsnärvaro	2, omslag bak		
102-7	Organisationens storlek	33–35		
102-8	Information om anställda och andra arbetare	35		Princip 10
102-9	Leverantörskedjan	24–27		
102-10	Väsentliga förändringar i organisationen och dess leverantörskedja	3		
102-11	Försiktighetsprincipens tillämpning	28		
102-12	Externa stadgor, principer och initiativ	8, 14		
102-13	Medlemskap i organisationer	14, 15		
Strategi och analys				
102-14	Kommentar från senior beslutsfattare	4–5		
Etik och integritet				
102-16	Värderingar, principer, standarder och normer gällande uppförande	27		Princip 10
Bolagsstyrning				
102-18	Struktur för bolagsstyrning	27		
Intressentdialog				
102-40	Intressentgrupper	26		
102-41	Överenskommelse om kollektiva förhandlingar	35		Princip 3
102-42	Identifiering och urval av intressenter	26		
102-43	Metod för samarbeten med intressenter	26		
102-44	Viktiga frågor och angelägenheter som lyfts fram	26		
Redovisningsmetod				
102-45	Enheter inkluderade i den konsoliderade finansiella redovisningen	38	Samtliga enheter, om inte annat anges	
102-46	Process för att fastställa redovisningens innehåll och frågornas omfattning	26		
102-47	Lista på väsentliga frågor	26		
102-48	Förändringar i tidigare rapporterad information	38	Inga korrigeringar har gjorts	
102-49	Redovisningsförändringar	26		
102-50	Redovisningsperiod	Omslag insida		
102-51	Datum för senaste redovisning	Omslag insida		
102-52	Redovisningscykel	Omslag insida		
102-53	Kontaktperson för redovisningen	41		
102-54	Uttalande om att redovisningen följer GRI Standards	Omslag insida		
102-55	GRI-index	38–39		
102-56	Extern bestyrkande	37		

GRI 103: HÅLLBARHETSSTYRNING 2016

103-1	Förklaring av väsentlig fråga och avgränsningar	26	
103-2	Hållbarhetsstyrning och dess komponenter	27–29	
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrning	23–24, 28–30	

SPECIFIKA UPPLYSNINGAR**GRI 200: EKONOMISKA STANDARDER 2016****GRI 201: Ekonomiskt resultat**

201-1	Genererat och distribuerat direkt ekonomiskt värde	2, 33–34	
-------	--	----------	--

GRI 205: Anti-korruption

205-1	Verksamheter utvärderade gällande risker relaterade till korruption	32	Princip 10
205-2	Utbildning och kommunikation av organisationens policyer och arbetssätt avseende motverkan mot korruption	24	Princip 10
205-3	Bekräftade korruptionsincidenter och vidtagna åtgärder	24	Princip 10

GRI 300: MILJÖSTANDARDER 2016**GRI 302: Energi**

302-1	Energianvändning inom den egna organisationen	35	Princip 7, 8
302-3	Energiintensitet	35	Princip 8

GRI 305: Utsläpp

305-2	Indirekta utsläpp av växthusgaser (scope 2)	17, 35	Princip 7, 8
305-3	Övriga indirekta utsläpp av växthusgaser (scope 3)	17, 35	Princip 7, 8
305-4	Utsläppsintensitet av växthusgaser	17, 35	Princip 8

GRI 400: SOCIALA STANDARDER 2016**GRI 401: Anställning**

401-1	Nyanställningar och personalomsättning	35	Princip 6
-------	--	----	-----------

GRI 403: Hälsa och säkerhet

403-2	Typer av skador och skadefrekvens, yrkessjukdomar, förlorade arbetsdagar och frånvaro samt antal arbetsrelaterade dödsfall	35	Givet verksamhetens art väljer Cybercom att enbart rapportera på sjukfrånvaro
-------	--	----	---

GRI 404: Träning och utbildning

404-1	Genomsnittlig utbildning i timmar per år och anställd	35	Princip 6
404-3	Andel av anställda som får regelbunden utvärdering och uppföljning av sin prestation och karriärutveckling	35	Princip 6

GRI 405: Mångfald och lika möjligheter

405-1	Mångfald i ledningar och bland medarbetare	35	Princip 6
-------	--	----	-----------

GRI 406: Icke-diskriminering

406-1	Fall av diskriminering och vidtagna åtgärder	24	Princip 6
-------	--	----	-----------

GRI 407: Föreningsfrihet och kollektivförhandlingar

407-1	Verksamhet och leverantörer där rätten till föreningsfrihet och kollektiva förhandlingar kan vara en risk	39	Cybercom rapporterar på andel medarbetare som omfattas av kollektivavtal. Övriga medarbetare omfattas av rätten till kollektiva förhandlingar med arbetsgivaren. Princip 1, 2, 3, 4, 5, 6
-------	---	----	---

GRI 418: Kundens integritet

418-1	Dokumenterade klagomål gällande brott mot kunders integritet och förlust av kunddata	24	
-------	--	----	--



MAKING TOMORROW

Cybercoms lösningar gör att våra kunder kan lämna ett positivt avtryck på marknaden. Och på planeten. Viktigare än så kan inte ett uppdrag vara.

Vi arbetar alltid nära våra kunder. Helst vill vi vara en partner som fungerar som värdeskapande motor i deras verksamhet. Det förtroendet får vi genom att ligga steget före och ständigt vässa våra kärnkompetenser.



Vill du veta mer om Cybercoms
hållbarhetsarbete?

Niklas Flyborg
Vd och koncernchef

niklas.flyborg@cybercom.com
+46 70 594 96 78

Produktion

Cybercom i samarbete med
Hallvarsson & Halvarsson.

Foto

Mattias Bardå, Hilda Arneback (s.5),
Houdini (s.20), Fredrik Blix, Istock photo
och Unsplash.



cybercom.com

Cybercom Group
+46 8 578 646 00
Box 7574, 103 93 Stockholm, Sverige

Cybercom har kontor i Bydgoszcz | Göteborg | Helsinki
Jönköping | Karlskrona | Köpenhamn | Linköping | Lodz | Lund | Malmö | Mumbai
Stockholm | Sundsvall | Tampere | Västerås | Warszawa | Östersund