

Övervakning av det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker

Rapport till Europeiska kommissionen

Juni 2025

Konkurrensverket juni 2025
Uttredare: Cecilia Maxe Aglinder

Innehåll

1	Sammanfattning	5
2	Konkurrensverkets uppdrag	7
2.1	Uppdraget	7
2.2	Genomförande	7
3	Systembolaget	9
3.1	Övergripande sortimentsindelning	9
3.1.1	Synpunkter till Systembolaget.....	11
3.2	Inköpsprocesserna för fast sortiment och beställningssortiment	12
3.2.1	Inköp till det fasta sortimentet	12
3.2.2	Inköp till beställningssortimentet	13
3.2.3	Verktyg för att upptäcka stödköp	14
3.2.4	Ändringar i inköpsvillkoren	14
3.2.5	Försäljningsstopp för ryska artiklar.....	16
3.3	Lokalt Efterfrågat Sortiment m.m.	16
3.3.1	Lokalt Efterfrågat Sortiment	16
3.3.2	Butikens val.....	18
3.3.3	Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt (TSLS).....	19
3.3.4	Tillfälligt Sortiment Volym, Tillfälligt Sortiment Tid m.m.....	21
3.4	Butiksmodellen.....	22
3.5	Hemleveranser, privatimportservice, beställningstjänster.....	23
3.5.1	Hemleveranser.....	23
3.5.2	Privatimportservice.....	23
3.5.3	Beställningstjänster	23
3.6	Prissättning.....	24
3.7	Affärssystem	25
3.8	Hållbarhetsarbete	25
3.8.1	Åtagande om halverad klimatpåverkan till 2030	25
3.8.2	Klimatpåverkan i leverantörskedjan	25
3.8.3	Krav på användning av förnybara drivmedel	26
3.8.4	Förbud mot användning av tyngre engångsglasflaskor	27
3.8.5	Produktmärkningen "Våra mest hållbara drycker" (tidigare "Hållbart Val").....	28
3.8.6	Mänskliga rättigheter.....	30
3.8.7	Systembolagets Hållbarhetsplattform	31
4	Klagomål och synpunkter på Systembolaget, ärenden i Alkoholsortimentsnämnden m.m.	32
4.1	Klagomål till Konkurrensverket.....	32
4.2	Alkoholsortimentsnämnden	32

5	Gårdsförsäljning, privat e-handel m.m.....	34
5.1	Gårdsförsäljning	34
5.2	Privat e-handel.....	35
5.3	Sänkt alkoholskatt – öl från småbryggerier.....	36
6	Alkoholkonsumtionen i Sverige	38
6.1	CAN:s rapportering	38
6.1.1	Den totala alkoholkonsumtionen.....	38
6.1.2	E-handeln med alkoholdrycker.....	39

1 Sammanfattning

Inom ramen för sitt hållbarhetsarbete införde Systembolaget krav i inköpsvillkoren om rapportering av s.k. aktivitetsdata fr.o.m. 1 maj 2025. Syftet med insamlingen av sådan data är att få tillgång till ett mer precist underlag för beräkning av varje enskild artikels klimatavtryck. Efter diskussioner med Sprit- & Vinleverantörsföreningen och de europeiska branschorganisationerna under början av 2025 om utmaningarna med rapporteringskravet, gjorde Systembolaget emellertid bedömningen att den bästa vägen mot att minska negativ miljöpåverkan från leverantörskedjan är ett nära samarbete med nämnda organisationer. Systembolaget beslutade därför i april 2025 att ta bort kravet på rapportering av klimatdata från inköpsvillkoren. Insamlingen av sådan data, som härnäst sker på frivillig basis, och takten för den, kommer att följas och utvärderas av Systembolaget i dialog med branschföreningarna.

Med anledning av Systembolagets tidigare aviserade, men numera alltså borttagna, införande av rapporteringskrav avseende klimatdata, har Konkurrensverket inlett ett ärende mot Systembolaget inom ramen för lagen (2021:579) om otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter. Utredningen är pågående.

I sitt hållbarhetsarbete har Systembolaget under 2023 och 2024 också haft dialoger med leverantörer, branschorganisationer, distributörer och samdistributörer i syfte att identifiera och prioritera möjliga åtgärder som effektivt minskar klimatavtrycket från transporter. I februari 2025 publicerade Systembolaget inköpsvillkorsändringar, vilka innebär krav på användning av förnybara drivmedel vid transporter inom Sverige till Systembolagets butiker och depåer. Från och med den 31 december 2026 ska leverantörer som anlitar distributör säkerställa att minst 90 procent av sådana transporter som distributören (inbegripet distributörens underleverantörer) utför sker med förnybara drivmedel. Fram till nämnda datum kommer stegvisa delmål för användning av förnybara drivmedel att införas. För leverantörer med egen distribution kommer måldatumen att anpassas utifrån den generella omställningsplanen för transportsektorn i stort.

De utmaningar som framkommit i Systembolagets och branschorganisationernas dialog med distributörsblocken är bl.a. tillgängligheten till drivmedel i vissa geografiska områden, samt de situationer då distributörsblocket nyttjar en underleverantör som även transporterar annat gods och där man endast nyttjar en mindre del av lastbilen.

Systembolagets beslut 2022 om att stoppa försäljningen av ryska artiklar i befintligt sortiment och att ställa in planerade lanseringar av ryska artiklar, med anledning Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina, gäller allttjämt.

I april 2025 röstade riksdagen ja till gårdsförsäljning av alkoholdrycker. En rad begränsningar finns, som lagstiftaren menar är nödvändiga för att detaljhandelsmonopolet ska kunna upprätthållas. Begränsningarna gäller bl.a. prissättning och hur mycket alkohol en konsument får inhandla vid ett köptillfälle. Gårdsförsäljning har utretts flera gånger och debatterats under lång tid. Motståndare har framfört farhågor om att ett införande av gårdsförsäljning kan innebära en risk för att det svenska detaljhandelsmonopolet inte längre kan motiveras från ett EU-rättsligt perspektiv. Gårdsförsäljning är tillåten från och med den 1 juni 2025.

I februari 2025 röstade riksdagen ja till förslaget om sänkt alkoholskatt för öl från små oberoende bryggerier. För att öl från en producent ska omfattas av den nedsatta alkoholskatten får årsproduktionen som mest uppgå till 3 miljoner liter öl per år. Vidare måste producenten vara juridiskt och ekonomiskt oberoende från andra ölproducenter, och tillverkningen får inte ske på licens. Lokalerna som producenten använder måste vara fysiskt skilda från andra ölproducenters lokaler. I de fall där två eller flera småbryggerier samarbetar, kommer de att räknas som ett enda oberoende småbryggeri förutsatt att deras totala årsproduktion inte överstiger 3 miljoner liter öl per år. De som har rätt till nedsättning av alkoholskatten kommer delas in i fem olika kategorier utifrån årsproduktionen. Lagändringarna kommer att träda i kraft den 1 juli 2025.

2 Konkurrensverkets uppdrag

2.1 Uppdraget

I samband med förhandlingarna om svenskt medlemskap i EU behandlades frågan om det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker – Systembolaget Aktiebolag (hädanefter Systembolaget). För att Sverige skulle få behålla monopolet ansåg Europeiska kommissionen (hädanefter kommissionen) att alla effekter av monopolet som är diskriminerande mellan nationella (svenska) och importerade varor måste avlägsnas. Vid protokollförda samtal mellan företrädare för den svenska regeringen och berörda tjänstegrenar inom kommissionen angavs vissa förutsättningar för att detaljhandelsmonopolet skulle anses fungera på ett icke-diskriminerande sätt. Av mötesprotokollet framgår att med icke-diskriminerande avses följande:

- Inköps- och försäljningsvillkor för alkoholdrycker ska vara objektiva.
- Villkoren ska tillämpas likvärdigt på medborgare och produkter i gemenskapen.
- Villkoren ska vara transparenta.

I enlighet med överenskommelsen vid Sveriges anslutning till EU ska Konkurrensverket övervaka detaljhandelsmonopolet vad gäller dess icke-diskriminerande funktionssätt och rapportera till kommissionen två gånger om året. Uppdraget finns även inskrivet i regeringens instruktion till Konkurrensverket.¹ Konkurrensverket har utfört uppdraget sedan 1995.

2.2 Genomförande

Konkurrensverkets uppdrag innebär att olika faktorer i Systembolagets verksamhet som kan ha betydelse för bedömningen av detaljhandelsmonopolets nuvarande och fortsatta icke-diskriminerande funktionssätt redovisas. I uppdraget ingår också att redogöra för åtgärder som har vidtagits eller avses att vidtas av Systembolaget och andra aktörer på marknaden och som kan ha betydelse för det icke-diskriminerande funktionssättet. Konkurrensverket redogör således i sina rapporter till kommissionen för Systembolagets sortimentsmodell och finansieringsmodell samt förändringar som Systembolaget gör i dessa. Rapporterna innehåller även information om andra åtgärder som vidtas av Systembolaget vilka kan ha betydelse för det icke-diskriminerande funktionssättet.

¹ 4 § förordningen (2007:1117) med instruktion för Konkurrensverket. Sveriges överenskommelse med EU-kommissionen framgår av prop. 1993/94:136 bilaga 3.

Konkurrensverket rapporterar också om Alkoholsortimentsnämndens ärenden och om eventuella klagomål relaterade till Systembolaget som inkommit till Konkurrensverket. Vidare redogör Konkurrensverket för utredningar på alkoholområdet och om ändringar i den lagstiftning som rör alkoholdrycker samt om relevanta rättsfall. Rapporterna innehåller även statistik över försäljningen och konsumtionen av alkoholdrycker i Sverige. Statistik tas fram av Centralförbundet för Alkohol- och Narkotikaupplysning (CAN)² samt av Systembolaget.

Den nu aktuella rapporten inleds med beskrivningar av Systembolagets sortimentsmodell och inköpsprocesser samt statistik rörande försäljning. Rapporten innehåller även en uppdaterad beskrivning av Systembolagets hållbarhetsarbete. Därutöver redogörs för klagomål på Systembolaget som Konkurrensverket mottagit, samt ärenden som Alkoholsortimentsnämnden behandlat under 2024. Beslutet avseende tillåtande av gårdsförsäljning beskrivs, och en redogörelse ges för villkoren för den beslutade skattesänkningen på öl från oberoende småbryggerier. Avslutningsvis presenteras preliminär statistik från CAN över alkoholkonsumtionen under 2024.

Under arbetet med rapporten har Konkurrensverket ställt frågor till och inhämtat material från Systembolaget, CAN och Alkoholsortimentsnämnden. Berörda branschorganisationer för leverantörer till Systembolaget har erbjudits möjlighet att komma med synpunkter på Systembolagets funktionssätt eller ta upp andra frågor av intresse i detta sammanhang.

Systembolaget har beretts möjlighet att lämna synpunkter i anslutning till rapportens färdigställande.

² År 2013 fick CAN i uppdrag av Socialdepartementet att ansvara för de s.k. Monitormätningarna som pågått kontinuerligt sedan 2000 och som tidigare sköttes av SoRAD (Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drog-forskning vid Stockholms universitet). IPSOS har fått i uppdrag att administrera datainsamlingen, medan intervjuerna genomförs av Norstat i Linköping.

3 Systembolaget

3.1 Övergripande sortimentsindelning

Systembolagets sortiment består på ett övergripande plan av ett *fast sortiment*, ett *beställningssortiment* och ett *tillfälligt sortiment*.

Det *fasta sortimentet* består av cirka 2 700 artiklar och stod för cirka 90,4 procent av Systembolagets totala försäljning under 2024. Systembolagsbutikernas storlek och kundernas efterfrågan avgör vilka artiklar som finns i olika butiker. Den garanterade listningstiden för nyheter i det fasta sortimentet är nio månader (tolv månader för ekologiska och/eller etiska artiklar). Utvärdering (poängberäkning och ranking) av artiklar i det fasta sortimentet sker två gånger per år, på basis av försäljningen under mars–augusti respektive september–februari. Artiklarna utvärderas efter den försäljning de genererar totalt sett, och för att kompensera artiklar som inte lagerförs på alla butiker viktas varje på butik lagerförd artikels bidrag. Syftet är att skapa en rättvis bedömning av artiklarnas prestation.

Under 2024 ströks 16 artiklar från det fasta sortimentet. Orsaken var att artiklarna inte klarade sig kvar i sortimentet p.g.a. för låg försäljning under poängberäkningsperioden. Leverantörerna valde att inte låta artiklarna övergå till beställningssortimentet, utan slutanmälde dem i stället. En av dem återkom senare i Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt (TSLS), och en annan i Tillfälligt sortiment Volym (TSV).

Beställningssortimentet, som stod för cirka 3,7 procent av Systembolagets totala försäljning under 2024, utgörs av nära 16 500 artiklar som Systembolaget säljer men som Systembolaget inte provar, kvalitetssäkrar eller beskriver. Dessa artiklar finns vanligtvis inte i Systembolagsbutikerna men går att beställa där eller på Systembolagets webbplats.³ Under 2024 listades 5 240 nya artiklar i beställningssortimentet. Vid listning av en artikel i beställningssortimentet ska leverantören välja om denne önskar att artikeln ska delta i poängberäkning och ranking för eventuellt sortimentsbyte till det fasta sortimentet. En uppflyttning från beställningssortimentet till det fasta sortimentet ger omedelbart plats i butik. Under 2024 kvalificerade sig 228 artiklar från beställningssortimentet till det fasta sortimentet.

Artiklar i beställningssortimentet kan även komma att lagerföras på enskilda Systembolagsbutiker som en del av *Lokalt Efterfrågat Sortiment* eller kvalificera sig för sortimentsbyte till *Tillfälligt Sortiment Säsong* (se avsnitt 3.3 nedan). Det finns också möjlighet för enskilda Systembolagsbutiker att lagerföra artiklar ur beställningssortimentet som *Butikens Val* (se avsnitt 3.3 nedan).

³ Vissa leverantörer sätter begränsningar när det gäller till vilka län de levererar. Den 31 mars 2025 fanns 797 artiklar från beställningssortimentet lagerförda i sammanlagt 449 Systembolagsbutiker.

En artikel kan avlistas från beställningssortimentet i tre fall:

- på leverantörens initiativ, förutsatt att leverantörsbyte av den aktuella artikeln inte skett eller är pågående,
- då Systembolaget köper in en artikel som är listad i beställningssortimentet till det fasta sortimentet eller det tillfälliga sortimentet (artikeln får inte finnas i två sortiment), eller
- om det föreligger leveranshinder eller dröjsmål som inte är övergående. Om dröjsmålet inte är väsentligt, förutsätter avlistning att artikeln varit slutanmäld i minst tre månader.

Artiklar i beställningssortimentet, vars leverantörer valt begränsningar i distributionen, är inte föremål för poängberäkning och ranking. Sådana artiklar kan alltså inte kvalificera sig till det fasta sortimentet.

I det *tillfälliga sortimentet* finns artiklar som lanseras under en begränsad period eller i en begränsad volym. Systembolaget köper in, kvalitetssäkrar och beskriver dessa artiklar, och säljer dem i begränsat antal eller under begränsad tid. Cirka 400 artiklar lanseras i det tillfälliga sortimentet varje månad i snitt. En del av dem lanseras endast via Systembolagets webbplats. Det finns cirka 4 300 artiklar i det tillfälliga sortimentet. Av Systembolagets totala försäljning 2024 stod det tillfälliga sortimentet för cirka 5,2 procent.

Under 2024 uppgick Systembolagets totala försäljning till cirka 49 miljarder kronor (inklusive mervärdesskatt). Försäljningen fördelade sig på olika sortiment enligt följande.⁴

Sortiment	Försäljning (tkr)	Andel
Fast sortiment	44 444 148	90,4%
Tillfälligt sortiment	2 581 702	5,2%
<i>varav TSLS</i>	481 253	1,0%
Beställningssortiment	1 837 999	3,7%
Privatimportservice	96 329	0,2%
Torra varor	227 031	0,5%
Summa	49 187 209	100%

Källa: Systembolaget

⁴ Att andelssiffrorna inte summerar till exakt 100 procent beror på avrundningar.

Den 31 mars 2025 var antalet listade artiklar i respektive sortiment följande.

Sortiment	Antal	Andel
Fast sortiment	2 699	12%
Tillfälligt sortiment	4 296	18%
Beställningssortiment	16 474	70%
Summa	23 469	100%

Källa: Systembolaget

Systembolagets totala försäljning under 2024 fördelade sig på olika produktkategorier enligt följande.

Varugrupp	Försäljning (tkr)	Andel
Brännvin	2 179 950	4,4%
Övrig sprit	7 856 976	16,0%
Starkvin	585 980	1,2%
Vin exkl. starkvin	24 100 406	49,0%
Starköl	12 284 285	25,0%
Cider, blanddryck	1 646 289	3,3%
Alkoholfritt	306 293	0,6%
Torra varor/ospec.	227 031	0,5%
Summa	49 187 209	100%

Källa: Systembolaget

Alla leverantörer får en veckovis preliminär ranking via *Leverantörsportalen* där de kan följa sina artiklars prestationer jämfört med andra i samma segment.⁵ Leverantörerna kan endast se sina egna artiklars namn i *Leverantörsportalen*, för övriga artiklar visas bara poäng. Systembolaget erbjuder dock intresserade leverantörer möjligheten att köpa historisk försäljningsdata avseende som tidigast föregående försäljningsmånad. Den historiska försäljningsdatan visar försäljningen av samtliga artiklar.

3.1.1 Synpunkter till Systembolaget

Sedan Konkurrensverkets förra rapportering till kommissionen har Systembolaget mottagit en synpunkt på segmentsindelningen av champagne från en leverantör. Indelningen sker efter prisintervall i segmenten 0–299 kr, 300–499 kr, 500–999 kr och +1000 kr. Champagne har generellt ökat mycket i pris de senaste åren och leverantören menade att gränserna borde flyttas i takt med dessa prisökningar. Systembolaget har svarat att prisintervallen utgår från kundernas syn på, och

⁵ Leverantörsportalen är ett forum för Systembolagets leverantörer, där de kan få information om bl.a. ranking av egna och andras artiklar.

uppfattning av, prisgränser, inte från det aktuella prisläget. I dagsläget ser Systembolaget därför inget behov av någon omsegmentering. Prisgränsernas relevans står emellertid alltid under bevakning av ansvarig kategorichef på Systembolaget.

Det har också inkommit en synpunkt på Systembolagets omsegmentering av viner med lägre alkoholhalt. De nya segmenten för lägre alkoholhalt gäller viner med ett literpris under 133 kronor, motsvarande 100 kronor för en 75 cl flaska. En leverantör tyckte att alla viner med lägre alkoholhalt, oavsett pris, skulle ligga i segmentet för lägre alkoholhalt. Systembolaget har svarat att det med all sannolikhet skulle innebära en nackdel för de dyrare vinerna eftersom kunderna köper dessa av annan anledning än den låga alkoholhalten. Dessa viners högre pris skulle göra det svårt för dem att konkurrera med billigare lågalkoholviner, varför den uppsatta prisgränsen kvarstår tills vidare.

Vidare har det till Systembolaget inkommit en synpunkt på nivån av prioriterade positioner för Etisk Märkning. Den prioriterade positionen har olika garanterad nivå på distribution i olika segment. Leverantören ansåg att det borde vara samma nivå i alla segment. Systembolaget har förklarat att den nivå som väljs beror på hur stor kundefterfrågan den prioriterade artikeln har, men även på hur många artiklar det finns i segmentet. Ett segment med få artiklar kan inte få lika många prioriteringar som ett segment med många artiklar, eftersom det måste finnas utrymme för en stor andel artiklar som inte har någon prioriteringsgrund. Systembolaget kommer därför att fortsätta lägga prioriteringar efter produktutbud och kundefterfrågan.

3.2 Inköpsprocesserna för fast sortiment och beställningssortiment
Konkurrensverket har i tidigare rapporter till kommissionen, bl.a. i december 2021, redogjort för hur man går tillväga för att bli leverantör till Systembolaget. Nedan redogörs för Systembolagets inköpsprocesser till olika sortiment.

3.2.1 Inköp till det fasta sortimentet

Systembolagets inköp av artiklar till det fasta sortimentet börjar med en omvärldsanalys där Systembolaget undersöker kundernas intressen, internationella trender, restaurangförsäljning m.m. Systembolaget besöker också mässor och pratar med leverantörer för att ta reda på vilka artiklar som finns tillgängliga och vad som efterfrågas för tillfället.

När Systembolaget skapat sig en bild av vad kunderna önskar ska finnas i sortimentet görs en lanseringsplan där det beskrivs vad Systembolaget önskar köpa in under den närmaste tiden. Nästa steg är att Systembolaget specifikt ber om offerter för olika artiklar. I en offertförfrågan anger Systembolaget vilket ursprung den efterfrågade artikeln ska ha, önskad smak på artikeln, vilket prisintervall den ska ligga i, vilken alkoholhalt den ska ha och vilken förpackning den ska komma i.

Leverantörerna kan sedan börja förbereda sig för att skicka in offerter inklusive varuprover.

När leverantörer kommit in med offerter granskas dessa av Systembolaget. Granskningen avgör vilka offerter som avvisas utan provning och vilka som det beställs offertprov av. Efter att efterfrågade varuprover inkommit till Systembolaget sker ett omfattande arbete med att testa dessa. Systembolaget jämför alla drycker mot de parametrar som sattes upp i offertförfrågan. Urvalet sker genom blindtester där de personer som provar dryckerna inte har någon information om artiklarnas varumärke, leverantör eller producent. Vanligtvis provas 20–30 drycker i en provning men bara en artikel köps in. Systembolaget gör cirka 260 lanseringar per år.

Innan dryckerna når hyllorna i Systembolagsbutikerna görs en kvalitetskontroll av doft och smak, och även en kemisk analys i Systembolagets eget laboratorium, för att säkerställa att den levererade drycken är densamma som det varuprov som vann offertförfrågan. Tre månader efter varje lansering hämtar Systembolaget dessutom provflaskor från sina butiker för att säkerställa att kvalitet och stil inte har förändrats.

3.2.2 Inköp till beställningssortimentet

En leverantör kan via Leverantörsportalen offerera sin artikel på Systembolagets stående offertförfrågan för listning i beställningssortimentet, vilken är öppen för alla produkter som uppfyller gällande lagkrav. En offertförfrågan är giltig en månad i taget, och skulle en leverantör inte hinna offerera på en förfrågan, öppnas en ny förfrågan dagen efter det att den tidigare har stängts.

I sitt offert svar behöver leverantören ange sedvanlig artikelinformation såsom produktnamn, pris, ursprungsland, varuslag, alkoholhalt, produktens streckkod osv. Sådana lämnade uppgifter behöver alltså inte svara mot några specifikt efterfrågade artikelkrav på det sätt som uppställs för enskilda offertförfrågningar för inköp till det fasta sortimentet.

För inkommen offert görs en formell granskning för att kontrollera att offerten är rätt ifylld och att erforderliga dokument är bifogade. Är så inte fallet avvisas offerten och leverantören får inkomma med en ny, korrekt offert. Inlämnade märkningsprov kontrolleras stickprovsvis för att säkerställa att gällande krav på etikett- och förpackningsutformning samt livsmedelsinformation är uppfyllda. Innehåller märkningsprovet brister ombeds leverantören att korrigera dessa för att möjliggöra listning. För offererade artiklar till beställningssortimentet sker inte någon konkurrensmässig bedömning eller offertprovning.

Om offerten godkänns träffas ett avtal mellan Systembolaget och leverantören avseende den offererade produkten, genom att en inköpsorder skickas för leverantörens godkännande via Leverantörsportalen, och en artikel skapas i Systembolagets affärssystem. Senast nio dagar före säljstart behöver leverantören se

till att Systembolaget erhåller artikelinformation (inbegripet eventuella allergenuppgifter) via Validoo.⁶ Via en tjänst hos GS1 har leverantören även möjlighet att på egen bekostnad tillse att Systembolaget erhåller en produktbild för publicering i onlinebutiken. Senast dagen före säljstart ska artikeln vara beställningsbar för kunder.

I regel sker avrop för en artikel i beställningssortimentet i samband med att en kund lägger en beställning på artikeln. Därför lagerförs som huvudregel sådana artiklar hos leverantören. Systembolaget köper in varor med transportkostnaden inräknad till den beställande butiken. Leverantören behöver därför ta ställning till vilken distributionslösning som passar denne bäst; egen distribution eller anlitan- de av tredjepartsdistributör.

3.2.3 Verktyg för att upptäcka stödköp

Systembolaget har en rad verktyg för att förebygga och upptäcka stödköp. Dels framgår det i Systembolagets inköpsvillkor att leverantörer inte får köpa sina egna artiklar (olika exempel anges), dels informerar Systembolaget på Leverantörsportalen och leverantörsträffar om detta. Vidare har Systembolaget ett automatiserat "storköpsfilter" som larmar när det förekommer försäljningsmönster som avviker från det normala, och en efterföljande analysprocess. Om Systembolaget i den efterföljande analysen upptäcker avvikande köpmönster tar Systembolaget kontakt med den aktuella leverantören för att få en förklaring. Systembolaget har en analysenhet som ständigt arbetar med denna typ av frågor. Enligt Systembolaget kan det emellanåt vara svårt att avgöra om enskilda privatpersoners köp av en artikel utgör stödköp av sådan artikel när det samtidigt pågår en marknadsföringskampanj för artikeln (vilken är förenlig med gällande marknadsföringsrättsliga regler) som kan tänkas generera kundefterfrågan. Vid konstaterade stödköp vidtas åtgärder i enlighet med inköpsvillkoren, vilket inbegriper att Systembolaget bortser från en del av eller all försäljning av den aktuella artikeln i utvärderings- och rankningsprocessen.

3.2.4 Ändringar i inköpsvillkoren

Inget krav på rapportering av aktivitetsdata

Systembolaget har tidigare infört bestämmelser om tillhandahållande och rapportering av s.k. aktivitetsdata. Syftet med insamlingen av sådan data är att få tillgång till ett mer precist underlag för beräkning av enskilda artiklars klimatavtryck. Efter diskussioner med svenska och europeiska branschorganisationer under början av 2025 om utmaningarna med rapporteringskravet gjorde Systembolaget emellertid bedömningen att den bästa vägen mot att minska negativ klimatpåverkan från

⁶ Validoo är ett varumärke under vilket GS1 Sweden AB erbjuder tjänster vilka baseras på standarder från GS1, t.ex. delning av artikelinformation.

leverantörskedjan är ett nära samarbete med nämnda organisationer i stället för införande av ett krav. Se vidare avsnitt 3.8.2.

Krav på användning av förnybara drivmedel

Systembolaget har fattat beslut om att halvera sitt klimatavtryck till 2030. Under 2023 och 2024 har Systembolaget haft dialoger med leverantörer, branschorganisationer, distributörer och samdistributörer i syfte att identifiera och prioritera möjliga åtgärder som effektivt minskar klimatavtrycket från transporterna. Diskussioner har förts inom arbetsgrupper för att analysera och förankra effekterna, riskerna och genomförbarheten av olika förslag. Systembolaget har tidigare informerat om detta arbete på Leverantörsportalen.

Under hösten 2024 satte en arbetsgrupp bestående av representanter från Systembolaget, Sveriges Bryggerier, Sprit- & Vinleverantörsföreningen, leverantörer, distributörer och samdistributörer upp ett mål för användning av förnybara drivmedel. Arbetet fortsätter nu med upprättandet av en gemensam plan för att nå målet. I februari 2025 publicerade Systembolaget inköpsvillkorsändringar på Leverantörsportalen, vilka utgör ett led i denna plan. Ändringarna innebär att befintliga inköpsvillkor kompletteras med krav på användning av förnybara drivmedel vid transporter inom Sverige till Systembolagets butiker och depåer.

I syfte att säkerställa en rimlig och skälig omställningstid ska leverantörer som anlitar distributör säkerställa att minst 90 procent av transportarbetet i Sverige som distributören (inbegripet distributörens underleverantörer) utför till Systembolagets butiker och depåer sker med förnybara drivmedel fr.o.m. den 31 december 2026. Stegvisa delmål för användning av förnybara drivmedel före den 31 december 2026 kommer därutöver att införas enligt nämnda plan som kommer att publiceras på Leverantörsportalen i augusti 2025. För leverantörer med egen distribution kommer måldatumen ovan att anpassas utifrån den generella omställningsplanen för transportsektorn i stort. Måldatum för när, och vilken andel av, transportarbetet som ska ske med förnybara drivmedel kommer att publiceras på Leverantörsportalen.

Leverantörer ansvarar för att, årsvis, rapportera använt drivmedel till Systembolaget, enligt närmare instruktioner som kommer att publiceras på Leverantörsportalen.

Sedan de nya villkoren publicerades har Systembolaget, tillsammans med branschföreningarna Sveriges Bryggerier och Sprit- & Vinleverantörsföreningen, haft möten med de distributörsblock som tillsammans representerar de distributörer som anlitas av leverantörerna, för att diskutera vilka åtgärder som distributörerna behöver vidta för att säkerställa måluppfyllnad till den 31 december 2026. Därutöver har möte hållits med branschföreningen Sveriges Åkeriföretagare för att utröna hur branschföreningen ser på villkoren och möjligheten för åkerinäringen att uppfylla dem. De utmaningar som framkommit i dialogen med distributörsblocken är tillgängligheten av drivmedel i vissa geografiska områden, samt de situationer

då distributörsblocket nyttjar en underleverantör som även transporterar annat gods och där man endast nyttjar en mindre del av lastbilen. Härutöver har branschföreningarna framfört ett önskemål om att få gå igenom den transportdata som distributörerna enligt inköpsvillkoret åläggs rapportera till Systembolaget i de fall de anlitas av en leverantör. Syftet ska enligt branschföreningarna vara att förstå bl.a. hur transportdatan används för att beräkna om en leverantör (genom sin distributör) uppfyller villkoret på förnybart drivmedel. Systembolaget har ännu inte tagit ställning till denna förfrågan men har som ambition att vara så transparent som möjligt inom ramen för arbetsprocessen.

Finansieringsmodellen

Systembolaget har även beslutat om ändringar i inköpsvillkoren med anledning av översynen av Systembolagets finansieringsmodell, se avsnitt 3.6 nedan.

3.2.5 Försäljningsstopp för ryska artiklar

I februari 2022 beslutade Systembolaget om ett tillfälligt försäljningsstopp av artiklar från Ryssland vilket gäller fortfarande. Bakgrunden var Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina. Sju leverantörer berördes av försäljningsstoppet. Sex av dessa visade förståelse för Systembolagets beslut, men en leverantör motsatte sig att dennes artiklar för tillfället inte kan säljas genom Systembolaget p.g.a. det tillfälliga försäljningsstoppet. Leverantören stämde sedermera Systembolaget i en fastställesetalan i Stockholms tingsrätt, vilken avvisades av tingsrätten. Leverantören överklagade tingsrättens beslut till Svea hovrätt som fastställde tingsrättens beslut. Leverantören överklagade och begärde prövningstillstånd hos Högsta domstolen, som beslutade att inte meddela prövningstillstånd. Hovrättens avgörande står därmed fast. Därefter inkom leverantören med klagomål till Konkursverket i samma sak. Konkursverket skrev av ärendet med hänvisning till verkets prioriteringspolicy.⁷ Konkursverket har inte mottagit några andra klagomål beträffande Systembolagets försäljningsstopp av artiklar från Ryssland.

3.3 Lokalt Efterfrågat Sortiment m.m.

3.3.1 Lokalt Efterfrågat Sortiment

Utöver de artiklar i det fasta sortimentet och det tillfälliga sortimentet som varje butik lagerför och som utgör den centralt tilldelade sortimentsmixen, finns även för enskild butik anpassat *Lokalt Efterfrågat Sortiment*. Detta kan bestå av artiklar ur det fasta sortimentet, det tillfälliga sortimentet och/eller beställningssortimentet. Förutsatt att Systembolaget kan konstatera att det finns en dokumenterad lokal kundefterfrågan på en artikel i det fasta eller det tillfälliga sortimentet kan artikeln lagerföras i butik som en del av det lokalt efterfrågade sortimentet. Vad gäller artiklar i beställningssortimentet är huvudregeln att sådana lagerförs hos leverantör

⁷ Dnr 666/2024.

men som ett undantag från denna princip kan artiklarna, vid dokumenterad kundefterfrågan, lagerföras i butik. Antalet artiklar som ingår i det lokalt efterfrågade sortimentet kan variera mellan olika butiker och begränsas ytterst av tillgängligt hyllutrymme.

Under 2024 utgjorde försäljningen i *Lokalt Efterfrågat Sortiment* 7,6 procent av Systembolagsbutikernas totala försäljning. Det totala antalet lokalt efterfrågade artiklar den 31 mars 2025 var 1 776. Då hade en Systembolagsbutik i snitt 89 lokalt efterfrågade artiklar.

Under 2024 genererades 50,2 procent av försäljningen i *Lokalt Efterfrågat Sortiment* av artiklar ur det fasta sortimentet, medan 24,6 procent kom från beställnings-sortimentet och 25,2 procent från det tillfälliga sortimentet.

Systembolaget följer centralt upp alla butikers försäljning och kundförfrågningar av artiklar som inte finns i respektive butiks sortimentsmix. Alla beställningar (via butik eller internet) som leder till köp fångas upp i Systembolagets systemstöd och redovisas per butik. Muntliga förfrågningar som inte leder till köp registreras på artikelnivå i butikernas kundservicesystem av personalen och tas med i beräkningen av vilka artiklar som bör lagerföras på den enskilda butiken utan att kunden behöver fylla i något formulär. Om en artikel visar sig ha en kundefterfrågan som motiverar lagerföring lagerförs den på aktuell butik, oavsett sin sortiments-tillhörighet.

Utvärdering av vilka artiklar som ska fasas in i det lokalt efterfrågade sortimentet i butik görs en gång i månaden. Systembolaget har i många butiker ett stort inflöde av nya artiklar genom det lokalt efterfrågade sortimentet, och strävar efter att stabilisera inflödet i butikerna. En översyn av tidsgränserna för infasning görs av ansvarig sortimentschef varje kvartal. I syfte att bidra till större bredd i butikernas sortiment har Systembolaget infört rutiner som innebär att utvärderingen ska säkra att en fördelning finns mellan produkter i lägre och högre prislägen. Utvärderingen görs inför sortimentsskiftena den 1 mars och den 1 september, precis som för det fasta sortimentet och beställningssortimentet.⁸

Av Systembolagets inköpsvillkor framgår att en artikel som kvalificerar sig för lagerföring som en del i en butiks lokalt efterfrågade sortiment ska motsvara den dokumenterade lokala efterfrågan som motiverat kvalificeringen. En viss skillnad såvitt avser artikelns egenskaper kan accepteras, om den bedöms vara av mindre vikt för fortsatt kundefterfrågan. Vad gäller prisändringar har artikeln kvalificerat sig med ett visst pris, dvs. med en viss dokumenterad efterfrågan utifrån just detta pris. Priset får inte utan Systembolagets skriftliga godkännande höjas med mer än vad som ryms inom normal prisutveckling för liknande produkter. Detta är samma

⁸ Detta gäller med undantag för artiklar som varit föremål för initial poängberäkning och ranking med efterföljande avtalstid om tre månader som inleddes den 1 juni eller den 1 december 2019. Utvärdering av rosévin görs en gång per år, i anslutning till sortimentsskiftet den 1 september.

krav som gäller vid återinköp av artiklar i *Tillfälligt Sortiment Säsong (TSS)*, *Tillfälligt Sortiment Volym (TSV)* och *Tillfälligt Sortiment Tid (TST)*.

3.3.2 Butikens val

Enskilda Systembolagsbutiker har möjlighet att själva besluta om att lägga till, som huvudregel, maximalt 20 artiklar i butikens sortiment. Denna möjlighet, som kallas *Butikens val*, har införts för att butiker ska kunna tillgodose ett särskilt lokalt identifierat behov och låta det utgöra ett komplement till det centralt styrda lokala sortimentet. Exempel på artiklar som kan bli föremål för *Butikens val* är nischade artiklar såsom koscher, artiklar med lokal prägel, festivalartiklar, artiklar att använda som stöd i rådgivning (t.ex. om alkohol och hälsa), glutenfria artiklar eller lågalkoholartiklar samt artiklar för mat- och dryckesrekommendationer, t.ex. viner av viss smaktyp eller viss druva.

Artiklar i det fasta och det tillfälliga sortimentet är tillgängliga för *Butikens val*. I undantagsfall och efter särskilt godkännande från Systembolagets inköpsavdelning kan även artiklar i beställningssortimentet väljas. Artiklar i *Butikens val* kan läggas till och tas bort när som helst. En artikel med kortvarig lokal efterfrågan kan således finnas i en butik under en mycket kort period.

Artiklar i *Butikens val* stod under 2024 för 1,1 procent av Systembolagsbutikernas totala försäljning. Den 31 mars 2025 fanns totalt 2 192 artiklar som *Butikens val*. En Systembolagsbutik hade då i snitt 33 artiklar som *Butikens val*.⁹

Under 2024 genererades 87,2 procent av försäljningen i *Butikens val* av artiklar ur det fasta sortimentet, medan beställningssortimentet stod för 1,9 procent och det tillfälliga sortimentet för 10,9 procent.

Utvärdering och nollställning av en butiks samtliga artiklar i *Butikens val* sker centralt fyra gånger per år, precis som för det centralt styrda lokala sortimentet. Detta sker inför sortimentsskifte i butikerna och syftar till att ge de mest säljande valda artiklarna fortsatt plats på varje enskild butiks hylla. Utrymmet för artiklar i *Butikens val* är olika för olika butiker, och utvärderingen är butiksunik både avseende vilka artiklar som ska stanna kvar samt i vilken mängd de ska finnas. De artiklar som inte har tillräckligt hög efterfrågan kommer inte längre att finnas på butikshyllan. Butiken behöver då fatta nya beslut om vilka artiklar den anser sig behöva för att tillgodose kundernas efterfrågan.

⁹ Anledningen till att snittet är högre än 20 artiklar beror på att vissa butiker fått ett utökat antal artiklar p.g.a. speciella köpmönster vilket försvårar central styrning av sortimentet. Det handlar primärt om saluhallsbutiken i Hötorgshallen i Stockholm samt säsongsbutiker där kundunderlaget varierar kraftigt under enstaka månader, exempelvis p.g.a. sommargäster.

3.3.3 Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt (TSLs)

Då Systembolaget noterat ökad efterfrågan på lokalt och småskaligt producerad öl, vin och sprit infördes 2014 ett särskilt inköpsförfarande/sortiment som benämns *Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt* (TSLs).

För att komma i fråga för inköp som TSLs-artikel krävs att artikeln har en tydlig lokal anknytning, produceras inom ett avstånd om högst femton mil från den/de butiker som artikeln köps in till, och är att anse som småskalig. Med småskalig avses i detta sammanhang att den är hantverksmässigt producerad¹⁰ och att den årliga produktionsvolymen för artikeln understiger vissa specificerade nivåer (olika för olika kategorier). Artikeln ska dessutom uppfylla minst ett av följande kriterier:

- Produkten ska vara jäst, bryggd, destillerad eller mustad på den lokala produktionsadressen.
- Produkten ska innehålla lokala råvaror. Enbart vatten räknas inte som en lokal råvara.
- Produkten ska få sin slutgiltiga karaktär på den lokala produktionsadressen. En artikel som endast etiketteras eller buteljeras lokalt uppfyller inte detta kriterium.

TSLs-artiklar köps in av Systembolaget efter stående offertförfrågan under en begränsad period, för försäljning i mellan en och tio butiker belägna nära TSLs-artikeln produktionsställe. Avtalstiden är tolv månader eller en kortare tid om artikeln försäljning kan förväntas vara starkt kopplad till viss säsong eller om artikeln bara finns i begränsad volym. I samband med avtalsperiodens slut kan avtalet förlängas med tolv månader utan nytt offertförfarande, under förutsättning att förlängning är motiverad utifrån artikeln försäljning i de aktuella butikerna. Offerten granskas av Systembolaget som gör en sensorisk provning, en affärsmässig bedömning av kundefterfrågan relaterad till bl.a. pris, och en kontroll av om produkten har en tydlig säsongsanknytning (jul, påsk etc.). I sådana fall följer avtalstiden det som anges i inköpsvillkoren. Grundkriteriet för vilka artiklar och hur många som köps in är konstaterad kundefterfrågan, alternativt förväntad kundefterfrågan om det gäller nya artiklar, men även då görs en affärsmässig bedömning av efterfrågan relaterad till bl.a. pris. Även butikernas utrymme styr antalet artiklar.

Leverantörer väljer själva om de vill offerera sina produkter till TSLs-sortimentet eller placera dem i beställningssortimentet. Artiklar i TSLs-sortimentet kan inte kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet medan detta däremot är möjligt för artiklar i beställningssortimentet.¹¹ Liksom artiklar i beställningssortimentet kan

¹⁰ De avgörande stegen i framställningsprocessen sker i så pass liten skala att en eller ett fåtal personer varit de enda inblandade i processen och att de följt produkten genom processens alla steg.

¹¹ Inga produkter i det tillfälliga sortimentet kan kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet.

emellertid artiklar i TSLS-sortimentet kvalificera sig för lagerföring i butik som *Lokalt Efterfrågat Sortiment* (se ovan) om kundefterfrågan är hög.

Försäljningen av artiklar i TSLS utgjorde 1,0 procent av Systembolagets totala försäljning under 2024. Den 31 mars 2025 fanns det 2 795 TSLS-artiklar vilka utgjorde 65,1 procent av det totala antalet artiklar i det tillfälliga sortimentet.¹²

Utöver butiksdistribution erbjuds alla artiklar i TSLS möjlighet till leverans till en av Systembolagets tre depåer för att bli beställningsbara i hela landet. Tidigare har det saknats regler för utvärdering av TSLS-artiklar som distribuerats via depå. Utvärdering har gjorts baserad endast på försäljning/kundefterfrågan i butikerna, och denna har avgjort omfattningen av eventuell fortsatt distribution till butik (max tio butiker). Systembolaget har identifierat ett behov av att genomföra en ändring så att samtliga distributionsvägar speglar efterfrågan hos kunderna. Systembolaget har dessutom noterat att efterfrågan på TSLS-artiklar på senare år ökat väsentligt, liksom antalet nyheter i sortimentet. För att säkerställa plats på depåerna framgent har Systembolaget gjort vissa ändringar i inköpsvillkoren för TSLS-artiklar. Sammanfattningsvis gäller nu följande.

- För alla TSLS-artiklar som lanseras har leverantören möjlighet att välja om artikeln även ska finnas tillgänglig via Systembolagets on-linebutik.
- De tre första månaderna kommer artikeln att finnas som beställningsbar från depå och lagras på Systembolagets depåer, om producenten så önskar.
- Månad fyra sker en utvärdering baserad på försäljningen de tre första månaderna.
- Utvärdering sker sedan löpande månadsvis baserad på de tre senaste månadernas försäljning.
- För att få finnas kvar ska artikeln ha sålt över en viss kvantitet på alla tre depåer sammanlagt.
- Tappad distribution på depå påverkar inte distribution till fysisk butik, utan den utvärderingen görs per butik.
- Artikel som under avtalsperioden haft mycket låg kundefterfrågan och därför inte längre distribueras via depå kan få tillbaka sådan distribution tidigast under nästa avtalsperiod.
- Vid förnyad avtalsperiod för butik kan artikeln, utifrån försäljningen i butik, också återfå plats på depå.

¹² Som en jämförelse kan nämnas att det den 30 september 2014, dvs. en månad efter införandet av TSLS, fanns 461 artiklar i TSLS.

Systembolaget har mottagit synpunkter från ett fåtal leverantörer som menar att Systembolagets gränser för att artiklar ska få finnas kvar i TSLS är för höga. Systembolaget har svarat att man inte delar den bedömningen, bl.a. utifrån jämförelse med kraven för övriga sortiment.

3.3.4 Tillfälligt Sortiment Volym, Tillfälligt Sortiment Tid m.m.

Tillfälligt Sortiment Volym (TSV) och *Tillfälligt Sortiment Tid* (TST) syftar till att ge de mer varuintresserade kunderna ett kontinuerligt utbud av nyheter. Dessa tillfälliga sortiment kan vara begränsade antingen i volym (TSV) eller i tid (TST). Lanseringar inom TSV/TST görs tillsammans med lanseringar av *Tillfälligt Sortiment Volym Exklusiv* (TSE) vid fyra till fem lanseringstillfällen varje månad, och en klar majoritet av lanseringarna är volymbegränsade och avser därmed TSV. Inköpen baseras på offertförfrågningar ställda till alla leverantörer och provning genom blindtester. I offertförfrågan anges både den *volym* som ska köpas in (eller i förekommande fall den *tid* produkten kommer att beställas till butik) och den bidragsgräns som gäller för återinköp (i offertförfrågan hänvisas till Leverantörsportalen för närmare information om bidragsgränser).¹³ Granskning och urval av inskickade offerter görs på ett sätt som till stor del liknar det för det fasta sortimentet, men med tillägget att det i offertförfrågan ibland anges att en "utökad konkurrensmässig bedömning" kommer att göras. Vid en sådan bedömning gör inköparen, som del av den sedvanliga konkurrensmässiga granskningen (bedömning görs av bl.a. pris och kvalitet), även en bedömning av inskickade offerters konkurrenskraft med hänsyn tagen till producentens anseende utifrån t.ex. vedertagna källor i branschen. Denna bedömning görs av inkomna offerter relativt varandra. Offertprovning och slutgiltigt urval bland begärda varuprover görs därefter på sedvanligt sätt enligt samma rutiner som för det fasta sortimentet.

Tillfälligt Sortiment Volym Exklusiv (TSE) syftar till att ge Systembolagets mest nyhetsintresserade och initierade kunder ett brett och djupt utbud av exklusiva alkoholdrycker. Sortimentet innehåller produkter med starkt begränsad tillgång jämfört med efterfrågan, i högre prislägen. Produkterna har oftast högt internationellt anseende och köps alltid in i begränsad volym, från några enstaka till några få tusental flaskor (för vin). Distributionen varierar från endast lansering på Systembolagets webbplats (s.k. webbsläpp) av de allra mest eftertraktade och begränsade inköpen, till lansering i allt från en till ett femtiotal butiker. Systembolaget ska avropa inköpt volym av TSE-artikel inom ett år fr.o.m. avtalad lanseringsdag.

Därutöver finns också *Tillfälligt Sortiment Säsong* (TSS), vilket avser artiklar vilkas försäljning är starkt kopplad till viss säsong och som lanseras under en begränsad period, exempelvis glögg, julöl och påsköl. TSS-artiklar köps in av Systembolaget efter offertförfrågan eller grundat på historisk försäljning. Den administrativa

¹³ Artikeln måste genom sin försäljning generera ett visst bidrag för att Systembolaget återigen ska ta in den till försäljning.

processen vid återinköp av TSS-artikel grundat på historisk försäljning har förenklats, varigenom kravet på att leverantören ska inkomma med särskild offert tagits bort. I stället kontaktas berörda leverantörer, vilkas TSS-artiklar är föremål för återinköp, av Systembolaget.

Priset på en TSV-/TST-/TSS-artikel får, inför återinköpet baserat på historisk försäljning, inte höjas med mer än vad som ryms inom normal prisutveckling för liknande produkter, om inte Systembolaget lämnat skriftligt godkännande för en större prishöjning. Skälet är att Systembolaget vill förhindra att en artikel "prisas in" i sortimentet vid den ursprungliga lanseringen. Relevanta faktorer som beaktas vid bedömningen av vad som utgör normal prisutveckling är t.ex. prisutveckling för liknande produkter i Systembolagets sortiment och på andra marknader, skördeförhållanden i aktuell region, årgångsvariationer och valutaförändringar. Dessa faktorer publiceras på Leverantörsportalen tillsammans med en beskrivning av rutinen för kontakt angående större prishöjningar mellan leverantör och Systembolaget.

I syfte att skydda nyhetsvärdet vid återlansering av TSV- eller TST-artikel vid återinköp baserat på historisk försäljning finns ett krav på att en artikel inte får listas i beställningssortimentet om den är föremål för återinköp till TSV eller TST.

3.4 Butiksmodellen

Det finns 451 Systembolagsbutiker i Sverige. I varje kommun finns minst en butik. Därutöver finns det 462 ombud hos vilka det går att beställa och hämta drycker. Ombuden är ofta vanliga livsmedelsbutiker på mindre orter där kundunderlaget för att etablera en Systembolagsbutik är för litet. Dryckerna hos ombuden lämnas bara ut under Systembolagets öppettider, och samma försäljningsregler om åldersgräns m.m. för utlämnande av alkoholhaltiga drycker gäller hos ombuden som i Systembolagsbutikerna.

Systembolagets butiker är indelade i sex olika grupper med liknande kundefterfrågan inom respektive grupp. Inom varje grupp finns också olika storlekar på butikerna (A, B, C, D eller E). Varje butik har en centralt tilldelad sortimentsmix med artiklar från det fasta och det tillfälliga sortimentet. Därutöver finns flera möjligheter att variera sortimentet i varje butik (se avsnitt 3.3 ovan).

För att bättre matcha faktisk butiksytta i det enskilda fallet med den till butiken tilldelade sortimentsstorleken utifrån butiksstorlek har Systembolaget infört tio steg mellan dagens butiksstorlekar. Beroende på hur mycket "överyta" den enskilda butiken har tilldelas butiken ytterligare 10–90 procent av nästa storlekkategori sortiment.

Systembolaget kan etablera ett fåtal specialbutiker, dvs. butiker som lagerför ett större sortiment av artiklar för i huvudsak en och samma kategorigrupp (t.ex. öl eller vin). Artiklar i specialbutiker lagerförs och utvärderas i enlighet med samma

regelverk som är styrande för andra butiker. Vissa förtydliganden och justeringar av de allmänna inköpsvillkoren har dock genomförts för att Systembolaget ska kunna säkerställa sortimentsbredd, djup och representation av samtliga stilar och ursprung som kan förväntas i en specialbutik. Dessa justeringar innebär att specialbutiker fr.o.m. 1 januari 2025 kan utgöras av en butik eller en dedikerad försäljningsyta i eller i anslutning till butik, i begränsat antal, som lagerför ett väsentligt större sortiment av artiklar från i huvudsak en eller flera kategorigrupper.

3.5 Hemleveranser, privatimportservice, beställningstjänster

3.5.1 Hemleveranser

Systembolaget erbjuder en hemleveranstjänst till alla i Sveriges befolkning som bor där det finns en farbar väg och på öar med fast vägverksfärja. Detta innebär att drygt 96 procent av Sveriges befolkning i dag har tillgång till hemleveranstjänsten.

Under 2024 uppgick värdet av hemleveransförsäljningen till cirka 315 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,6 procent av Systembolagets totala försäljning under perioden.

3.5.2 Privatimportservice

Systembolaget har även en privatimportservice som innebär att Systembolaget, för privatpersoners räkning, kan importera produkter som inte finns i Systembolagets sortiment. Under 2024 mottog Systembolaget 22 362 förfrågningar om privatimport. Av dessa ledde 15 542 stycken (69,5 procent) till köp. Försäljningen via Systembolagets privatimportservice uppgick under perioden till cirka 96 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,2 procent av Systembolagets totala försäljning.

3.5.3 Beställningstjänster

Kunder kan beställa produkter på Systembolagets webbplats för uthämtning i valfri Systembolagsbutik, hos ombud eller för hemleverans. Hela Systembolagets sortiment är tillgängligt för beställning via internet, med undantag för artiklar i TSLS som aktuell leverantör valt att inte distribuera via depå.

Under 2024 uppgick försäljningen av artiklar som beställts via Systembolagets e-beställningstjänst och hämtats ut i butik till cirka 1 211 miljoner kronor, vilket utgjorde cirka 2,5 procent av Systembolagets totala försäljning under året. Under samma period noterades ett försäljningsvärde i butik om cirka 177 miljoner kronor för kundbeställningar som gjorts vid besök i butik eller per telefon. Nämda summa utgjorde cirka 0,4 procent av Systembolagets totala försäljning.

Försäljningen av artiklar som beställts via e-beställningstjänsten och lämnats ut av ombud uppgick till cirka 592 miljoner kronor under perioden vilket utgjorde cirka 1,2 procent av Systembolagets totala försäljning. Försäljningen av artiklar som beställts hos och lämnats ut av ombud uppgick till cirka 72 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,1 procent av Systembolagets totala försäljning.¹⁴

3.6 Prissättning

Leverantörer bestämmer själva vilka priser de vill tillämpa när de säljer till Systembolaget. Ingen förhandling om priser sker mellan Systembolaget och leverantörer. Systembolaget adderar fasta och rörliga påslag till de av leverantörerna satta priserna, samt alkoholskatt och mervärdesskatt, varefter artiklarna säljs till konsumenterna. Påslagen varierar lite, beroende på dryckeskategori, och ska täcka såväl hanteringskostnader som rörelsekostnader samt avkastningsmål, utan att vägledas av vinstmaximering för Systembolaget. Leverantörerna av artiklar i det fasta sortimentet har möjlighet att ändra sina priser två gånger om året, och leverantörer av artiklar i beställningssortimentet har möjlighet att ändra sina priser fyra gånger om året. Leverantörer av artiklar i beställningssortimentet som genomgått sortimentsbyte till det fasta sortimentet har möjlighet att ändra priset efter sex månader från sortimentsskiftet.

Systembolaget gör en strategisk översyn av finansieringsmodellen vart tredje år, då fasta och rörliga påslag ses över och eventuellt ändras. Inom ramen för den strategiska översynen utvärderas finansieringsmodellens underliggande principer i kombination med omfattande analyser och frekvensstudier för att fastställa en objektiv kostnadsnivå. Översynen och ändringarna är enligt Systembolaget nödvändiga bl.a. för att säkerställa att finansieringsmodellen täcker Systembolagets kostnader och ägarens avkastningskrav. De påslag som justerats efter den senaste översynen, och kommunicerats till Systembolagets leverantörer i februari 2025, träder i kraft den 1 mars 2026.

I syfte att möjliggöra än mer träffsäkra prognoser och möta omvärldens snabba förändringar uppger Systembolaget att man, utöver den större strategiska översyn av finansieringsmodellen som sker var tredje år, årligen kommer att se över nivåer för både fasta och rörliga påslag. Detta innebär att de rörliga och/eller fasta påslagen framgent kan komma att justeras årligen, och i dessa fall kommer ändringarna att kommuniceras med cirka sex månaders framförhållning. Detta förfarande, som inte görs genom en formell ändring av inköpsvillkoren, syftar enligt Systembolaget till att skapa nödvändig flexibilitet i finansieringsmodellen med möjlighet att göra löpande justeringar mot bakgrund av generell kostnadsutveckling och nya marknadsförutsättningar. Den större strategiska översynen av Systembolagets finansieringsmodell kommer även fortsättningsvis att utföras vart

¹⁴ Beställningar för uthämtning hos ombud görs online eller direkt hos ombudet. Vid besök i Systembolagsbutik kan kund inte beställa med andra leveranssätt än för uthämtning i just den butiken. Framöver kommer kund vid sitt besök i butik även kunna beställa för upphämtning i andra butiker eller hos ombud, alternativt med hemleverans.

tredje år. Beroende på omfattningen av eventuella ändringar vid den strategiska översynen avser Systembolaget att tillämpa en ledtid på 6–12 månader innan ändringarna träder ikraft.

Sedan Konkurrensverkets förra rapporteringstillfälle har Systembolaget inte mottagit några synpunkter på finansieringsmodellen.

3.7 Affärssystem

Systembolagets affärssystem innebär dels att leverantörens artikelinformation hämtas digitalt via tjänsten Validoo, dels att dryckesfaktuorna är digitaliserade. Frågor från leverantörer gällande förändringen av affärssystemet hanteras av Systembolagets inköpsupport med hjälp av GS1:s kundtjänst.¹⁵

3.8 Hållbarhetsarbete

3.8.1 Åtagande om halverad klimatpåverkan till 2030

Systembolaget har beslutat om vetenskapligt baserade klimatmål som bl.a. innebär att klimatpåverkan från Systembolagets hela värdekedja ska ha minskat med 50 procent 2030 jämfört med 2019. Systembolaget har ansökt om att få klimatmålen godkända av the Science Based Targets initiative (SBTi). Arbetet med att ta fram en metodik för hur Systembolaget ska mäta och följa förändringar av klimatpåverkan över tid fortsätter.

3.8.2 Klimatpåverkan i leverantörskedjan

Systembolaget arbetar kontinuerligt med att kartlägga status och efterlevnad av miljökrav i leverantörskedjan, vilket Konkurrensverket redogjort för i tidigare rapporter till kommissionen. Som ett led i detta arbete beslutade Systembolaget under 2021 att införa krav i sina inköpsvillkor på att leverantörer bl.a. ska göra en miljöutredning över sin egen verksamhet och utforma en miljöpolicy, upprätta mål och handlingsplaner för att minska sin negativa miljöpåverkan, samt följa upp effekten av genomförda åtgärder.

Inom ramen för Systembolagets hållbarhetsarbete införde Systembolaget krav i inköpsvillkoren om rapportering av s.k. aktivitetsdata fr.o.m. 1 maj 2025. Syftet med insamlingen av sådan data är att få tillgång till ett mer precist underlag för beräkning av varje enskild artikels klimatavtryck. Efter diskussioner med Sprit- & Vinleverantörsföreningen och de europeiska branschorganisationerna under början av 2025 om utmaningarna med rapporteringskravet gjorde Systembolaget emellertid bedömningen att den bästa vägen mot att minska negativ miljöpåverkan från leverantörskedjan är ett nära samarbete med nämnda organisationer. Systembolaget

¹⁵ GS1 är en global standardiseringsorganisation för bl.a. streckodsmärkning.

beslutade därför i april 2025 att ta bort kravet på rapportering av klimatdata från inköpsvillkoren. Insamlingen av sådan data, som hädanefter sker på frivillig basis, och takten för den, kommer att följas och utvärderas av Systembolaget i dialog med branschföreningarna. Utvärderingen kommer att inbegripa vilka eventuella åtgärder som kan behöva vidtas framgent, t.ex. om inköpsvillkoret kan behöva återinföras. Information om detta har publicerats på Leverantörsportalen.

Systembolaget betonar att en förutsättning för att insamlingen av klimatdata ska kunna ske utan krav är försäkringar från Sprit- & Vinleverantörsföreningen om kraften i föreningens engagemang och support, samt att dess medlemmar kommer att bidra i det gemensamma arbetet med att genomföra, utvärdera och utveckla insamlingen. Systembolagets målsättning är att rapporteringen av klimatdata ska uppfattas som relativt enkel och inte utgöra ett betungande arbete. Under 2025 erbjuder Systembolaget extra stöd till rapportörer. Utöver detta ser Systembolaget över vilka ytterligare incitament som kan ges till de aktörer som väljer att rapportera sina produkters klimatavtryck. Systembolagets ambition är att i förlängningen kunna använda klimatdata för att både styra sortiment och hjälpa kunderna att göra mer medvetna val.

Med anledning av Systembolagets tidigare aviserade, men numera alltså borttagna, ändring om införande av rapporteringskrav avseende klimatdata i inköpsvillkoren, har Konkurrensverket inlett ett ärende mot Systembolaget inom ramen för lagen (2021:579) om otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter. Utredningen är pågående.¹⁶

3.8.3 Krav på användning av förnybara drivmedel

Systembolaget har under 2023 och 2024 haft dialoger med leverantörer, branschorganisationer, distributörer och samdistributörer i syfte att identifiera och prioritera möjliga åtgärder som effektivt minskar klimatavtrycket från transporter. Diskussioner har förts inom arbetsgrupper för att analysera och förankra effekterna, riskerna och genomförbarheten av olika förslag. Systembolaget har tidigare informerat om arbetet med transporter på Leverantörsportalen. Under hösten 2024 har en arbetsgrupp bestående av representanter från Systembolaget, Sveriges Bryggerier, Sprit- & Vinleverantörsföreningen, leverantörer, distributörer och samdistributörer tillsammans upprättat ett mål för användning av förnybart drivmedel. Arbetet fortsätter, i samarbete med bl.a. Sveriges Bryggerier och Sprit- & Vinleverantörsföreningen, med upprättandet av en gemensam plan för att nå målet. De inköpsvillkorsändringar som här presenteras utgör ett led i denna plan.

¹⁶ Dnr 312/2025.

I februari 2025 publicerade Systembolaget inköpsvillkorsändringar, vilka innebär krav på användning av förnybara drivmedel vid transporter inom Sverige till Systembolagets butiker och depåer. Leverantörer som anlitar distributör ska säkerställa att minst 90 procent av transportarbetet i Sverige som distributören (inbegripet distributörens underleverantörer) utför till Systembolagets butiker och depåer från och med den 31 december 2026 sker med förnybara drivmedel. Stegvisa delmål för användning av förnybara drivmedel före detta datum kommer att införas och publiceras på Leverantörsportalen i augusti 2025. För leverantörer med egen distribution kommer måldatumen att anpassas utifrån den generella omställningsplanen för transportsektorn i stort. Även dessa måldatum kommer att publiceras på Leverantörsportalen.

3.8.4 Förbud mot användning av tyngre engångsglasflaskor

På förpackningsområdet är det engångsglasflaskor som står för den enskilt största klimatpåverkan. I syfte att bidra till minskade koldioxidutsläpp orsakade av tyngre engångsglasflaskor har Systembolaget beslutat att artiklar som saluförs i engångsglasflaskor i Systembolagets sortiment omfattas av förbud mot fortsatt försäljning (i) om de överstiger vissa maxvikter (se nedanstående tabell) och (ii) om deras försäljningsvolym under rullande 12 månader genererat ett schablonberäknat koldioxidutsläpp om fem ton eller mer. Förbudet gäller samtliga sådana artiklar som buteljerats/tappats i engångsglasflaska efter den 1 mars 2024.

Det totala koldioxidutsläppet beräknas utifrån ett schablonvärde som omräknas för aktuell flaskvikt och därefter multipliceras med antalet sålda flaskor. Aktuella schablonvärden finns publicerade på Leverantörsportalen tillsammans med ett verktyg som leverantörer kan använda för att räkna ut hur många flaskor av olika vikter som genererar fem ton koldioxid.¹⁷ I syfte att säkerställa att det för alla marknader är möjligt att använda likvärdigt glas som inte överskrider maxvikterna har Systembolaget diskuterat maxvikterna med branschrepresentanter.

Systembolaget beslutar om försäljningsstopp eller avlistning av artiklar som omfattas av det beskrivna förbudet. Genom denna modell kan berörda leverantörer välja mellan att begränsa försäljningen (om det är förenligt med inköpsavtalet för artikeln), sänka flaskvikten, och byta förpackningstyp.

¹⁷ Aktuellt schablonvärde är 0,938 kg koldioxid per kg glas.

Flaskvolym (ml)	Maxvikt (gram) Öl, sprit, stilla vin, cider & blanddryck (inkl. motsvarande alkoholfria drycker)	Maxvikt (gram) Mousserande vin (inkl. alkoholfritt mousserande vin)
200	360	395
250	360	
330	435	
350	470	
375	470	575
500	575	
700	750	
750	750	950
1000	910	
1500	1 190	1900

Källa: Systembolaget

Artiklar med engångsglasflaska vars vikt motsvarar eller understiger angivna maxvikter, och artiklar med tyngre engångsglasflaskor men vars försäljning under rullande 12 månader genererat ett schablonberäknat koldioxidutsläpp understigande fem ton, omfattas inte av förbudet.

Maxviktskravet syftar i första hand till att exkludera de tyngsta glasflaskorna som säljs i större skala. Systembolaget har i dagsläget inga planer på att minska maxvikterna. Fokus ligger i stället på att öppna upp möjligheten för förpackningsproducenter, däribland glasproducenter, att rapportera mer specifik produktionsdata. Dialoger pågår med förpackningstillverkare för att förankra en metod för detta. Inom ramen för dessa dialoger arbetar Systembolaget med att ta fram ett sekretessavtal för att säkerställa en säker hantering av data. Nästa steg är att praktiskt utvärdera hur denna data ska tas om hand i det rapporteringsverktyg drivet av tredje part som Systembolaget kommer att använda för insamling och beräkning av klimatdata. Ambitionen är att detta ska hinnas med i samband med den pilot för klimatdatainsamling som påbörjades i början av maj med ambition att utvärderas under sommaren 2025.

3.8.5 Produktmärkningen "Våra mest hållbara drycker" (tidigare "Hållbart Val")

Konkurrensverket har tidigare rapporterat om Systembolagets produktmärkning "Hållbart Val", som infördes den 1 mars 2022 och som bytte namn till "Våra mest hållbara drycker" den 1 juni 2023. Vid bedömningen av om en artikel ska få denna produktmärkning utgår Systembolaget från följande tre kriterier: (i) miljöcertifierad odling och produktion, (ii) förpackning med lägre klimatavtryck och (iii) godkänt resultat i Systembolagets analys av arbetsvillkor i odling och produktion. Systembolaget har satt kraven utifrån en nivå som man anser gör en skillnad utifrån ett hållbarhetsperspektiv. För att säkra likabehandling av produkter och leverantörer

har Systembolaget varit mån om att använda kriterier som är transparenta, objektiva och relevanta.

Tidigare kunde enbart artiklar i det fasta sortimentet ansöka om och få produktmärkningen "Våra mest hållbara drycker". Från och med sortimentsskiftet i september 2023 är detta möjligt även för artiklar i beställningssortimentet och det tillfälliga sortimentet. Vid sortimentsskiftet den 1 mars 2025 hade 387 artiklar i det fasta sortimentet, 53 artiklar i beställningssortimentet och 6 artiklar i det tillfälliga sortimentet fått denna märkning.¹⁸

Ett antal leverantörer har tidigare för Systembolaget påpekat att nyheter i det fasta sortimentet som uppfyller kriterierna för "Våra mest hållbara drycker" bör få en initial avtalstid om 12 månader, precis som nyheter vilka är ekologiskt eller etiskt certifierade. Flera leverantörer har även framfört önskemål om att prioritering i ranking och utvärdering bör ges till artiklar som uppfyller kriterierna för "Våra mest hållbara drycker". Systembolaget har uppgett att man avvaktar eftersom man inväntar bl.a. pågående lagstiftningsinitiativ på EU-nivå om hållbarhetsmärkningar. I dagsläget har Systembolaget inte några planer på att ge förlängd initial listningstid eller någon prioritering i ranking och utvärdering till artiklar som uppfyller kriterierna för "Våra mest hållbara drycker." Den främsta orsaken är att tilläggsbudskapet bygger på kriterier som förändras över tid, vilket innebär att artiklar kan få eller förlora märkningen med kort framförhållning. Systembolaget menar därför att det är svårt att koppla tilläggsbudskapet till sortimentsfördelar som har effekt på längre sikt.

Kommissionen avslog i slutet av 2024 två klagomål från italienska vinproducenter angående "Hållbart Val". Vinproducenterna hade under 2022 framfört klagomål på att Systembolagets tilläggsbudskap "Hållbart Val" var möjlig att få endast för artiklar i det fasta sortimentet. Vinproducenterna menade att Systembolaget, genom att inte tillåta det för övriga sortiment, missbrukade sin dominerande ställning vilket ledde till diskriminering och snedvridning av konkurrensen, i strid med konkurrensreglerna. Mot bakgrund av att Systembolaget i juni 2023 gjorde "Hållbart Val"-märkningen möjlig även för artiklar i beställningssortimentet och det tillfälliga sortimentet, samt bedömningen att det tidigare förfarandet inte, om det hade bevisats, längre hade effekter på konkurrensen på den inre marknaden, ansåg kommissionen att det inte fanns tillräckliga grunder för att fortsätta utredningsåtgärder rörande de påstådda överträdelserna.¹⁹

Konkurrensverket fortsätter att bevaka utvecklingen vad gäller "Våra mest hållbara drycker".

¹⁸ Samtliga artiklar i det fasta sortimentet bedöms.

¹⁹ Case AT.40834 –Green Screen. Commission decision pursuant to Article 7(2) of Commission Regulation (EC) No 773/2004 rejecting the complaint.

3.8.6 Mänskliga rättigheter

Den riskidentifiering och riskanalys som görs med hjälp av Hållbarhetsplattformen bygger på insikter från den översyn som Systembolaget tidigare gjort för att säkerställa att arbetet med t.ex. inköp och riskanalys ligger i linje med FN:s vägledande principer och OECD:s modell. En översyn har visat bl.a. att Systembolaget, tack vare sin ställning som stor köpare i branschen, har stora möjligheter att tillsammans med andra aktörer åtgärda potentiella människorättskränkningar.

Under 2023 lät Systembolaget utforma en standardiserad metod för Human Rights Impacts Assessments (HRIA), vilken syftar till att identifiera, bedöma och prioritera risker och kränkningar av mänskliga rättigheter i värdekedjan. Den tar även höjd för miljöaspekter i odling och produktion. Den utvärdering av Systembolagets potentiella och faktiska, samt direkta och indirekta, påverkan på mänskliga rättigheter som Enact Sustainable Strategies²⁰ inledde 2023 har fortsatt under 2024. Ett resultat av arbetet hittills är bl.a. en fördjupad dialog med organisationen California Wine Institute som har beslutat att låta utföra en egen industrispecifik utvärdering med fokus på risker kopplade till mänskliga rättigheter, i syfte att stötta sina medlemmar i arbetet med att hantera och förebygga negativ påverkan på människor inom industrin.

Under 2024 genomfördes drygt tjugo hållbarhetsgranskningar gällande efterlevnad av inköpsvillkor kopplade till miljö och mänskliga rättigheter. Planen för 2025 är att genomföra cirka 40 hållbarhetsgranskningar. I april 2025 hade Systembolaget tagit del av totalt 19 utförda hållbarhetsgranskningar kopplade till parter i sin leverantörskedja. Inga s.k. zero-tolerance ärenden har identifierats. De vanligaste identifierade bristerna är kopplade till arbetsmiljö samt övertid och löner. Dessa följs normalt upp inom 12 månader alternativt vid närmast uppföljande granskning.

Arbetet med framtagande av ett ramverk för Systembolagets arbete med mänskliga rättigheter i leverantörskedjan är klart. Ramverket syftar till att sammanställa processer för tillbörlig aktsamhet, identifiera eventuella gap, rekommendera indikatorer för mätning av effekter samt säkerställa att arbetet ligger i linje med nuvarande och kommande EU-lagstiftning på området. För närvarande pågår arbete med att justera och komplettera befintliga processer och rutiner i enlighet med ramverket. Detta sker i tre steg: 1) skapande av en vision och en modell för hur Systembolaget införlivar respekt för mänskliga rättigheter i leverantörskedjan; 2) implementering av ramverket och utrullning av det; samt 3) arbete med ramverket på ett kontinuerligt, systematiskt och löpande sätt. Arbetet med implementeringen beräknas pågå under hela 2025.

Systembolaget har inlett ett levnadslöneprojekt med Fairtrade, Global Living Wage Coalition och Anker Research Institute. Projektets fokus är Western Caoe, Sydafrika, och inkluderar en levnadslönerekalkyl, informationsinsatser och intressentsamverkan. En korrekt kalkyl av vad en levnadslön bör ligga på är

²⁰ Experter på hållbar utveckling med fokus på ansvarsfullt företagande.

centralt för att kunna stänga lönegap i förhållande till rådande minimilön inom en specifik geografisk region. Projektet förväntas pågå till hösten 2025.

De nordiska alkoholmonopolen har fortsatt dialog med Comité Champagne, CIVC, och lokala fackförbund gällande uppföljning av åtgärder som vidtagits till följd av de uppdagade incidenterna kopplade till undermåliga arbets- och levnadsförhållanden, hälsa och säkerhet bland migrantarbetare som inträffade i regionen under skörden 2023. Vinindustrin har arbetat idogt med upprättande och implementering av en handlingsplan med namnet "Tillsammans för Champagnes vinskörd". Utöver regelbundna uppdateringar om hur dessa åtgärder går och vad utvärderingar av dessa visar, ser Systembolaget nu över möjligheten att precisera dialogen och samarbetet till att handla om ett antal utvalda ämnesområden.

Högriskartiklar – ny process och nya krav

Alla artiklar i Systembolagets fasta sortiment följs upp systematiskt i Systembolagets hållbarhetsuppföljning, men för artiklar i beställningssortimentet och det tillfälliga sortimentet saknas i dag en proaktiv uppföljning. Genom en ny process vill Systembolaget säkerställa att odlare och producenter för artiklar även i dessa sortiment lever upp till Systembolagets uppförandekod utifrån arbetsvillkor, mänskliga rättigheter och miljö. Insatser har påbörjats där Systembolaget identifierat de största riskerna för brott mot uppförandekoden, och Systembolaget utgår här från landsrisk vid definition av högriskartikel. För att identifiera landsrisk använder Systembolaget data från sin egen *Human Rights Due Diligence*-analys och data från företaget Verisk Maplecroft.²¹ I dagsläget är följande s.k. högriskländer, dvs. länder med framträdande risker utifrån ursprung eller utifrån HRDD-analys, representerade i sortimentet: Eritrea, Haiti, Indien, Kina, Libanon, Marocko, Nigeria, Turkiet och Venezuela. Systembolaget har hållit obligatoriska utbildningar för leverantörer som har artiklar från något av dessa nio länder, och även individuella "lanseringssamtal" med leverantörer som lanserar nya artiklar från något av de identifierade riskländerna, tillsammans med berörd inköpare. Samtalen och utbildningen har enligt Systembolaget varit uppskattade.

3.8.7 Systembolagets Hållbarhetsplattform²²

Hållbarhetsplattformen syftar till att öka spårbarheten och transparensen i Systembolagets leverantörskedja och till att utgöra grunden för en bättre uppföljning vad avser efterlevnad av Systembolagets hållbarhetskrav i leverantörsledet.

Den 7 april 2025 fanns 3 864 registrerade artiklar i Hållbarhetsplattformen. Av dessa var 3 098 stycken aktiva i Systembolagets sortiment. Av de 3 098 var 1 809 stycken helt kartlagda, dvs. de hade både en faktisk producent och minst en odlare registrerade. Antalet aktiva artiklar uppdateras dagligen.

²¹ Verisk Maplecroft är ett globalt konsultföretag vars arbete inkluderar att analysera risker som påverkar investerare, bl.a. relaterade till hållbarhet.

²² Hållbarhetsplattformen har beskrivits i Konkurrensverkets tidigare rapporter, se t.ex. rapporten i december 2020.

4 Klagomål och synpunkter på Systembolaget, ärenden i Alkoholsortimentsnämnden m.m.

4.1 Klagomål till Konkurrentverket

Sedan publiceringen av den förra rapporten till kommissionen har Konkurrentverket mottagit ett klagomål från en leverantör som upplevt svårigheter att kommunicera med Systembolaget om bl.a. leveranser och påfyllning av varor i butik. Ärendet är pågående.²³

Konkurrentverket har även mottagit ett klagomål avseende Systembolagets utvärdering av TSLS-artiklars försäljning via depå och beslut om fortsatt depådistribution. Ärendet är pågående.²⁴

Vidare har Konkurrentverket nyligen mottagit ett anonymt klagomål från en handfull leverantörer rörande en offertförfrågan från Systembolaget på rosévin i tetraförpackning. Ärendet är pågående.²⁵

Det har även till Konkurrentverket inkommit ett klagomål från en branschorganisation för producenter av alkoholdrycker. Klagomålet gäller hur Systembolaget har valt att hantera den differentierade alkoholskatten i den nya priskalkylen som träder i kraft den 1 juli 2025. Bakgrunden till klagomålet är att det den 1 juli 2025 införs en ny reglering som medger skatterabatt för små och oberoende producenter av öl (se vidare avsnitt 5.3. nedan). Ärendet är pågående.²⁶

Som nämnts ovan har Konkurrentverket sedan publiceringen av den förra rapporten också mottagit ett klagomål avseende Systembolagets tidigare aviserade ändring om införande av, men numera borttagna, rapporteringskrav av klimatdata i inköpsvillkoren inom ramen för lagen (2021:579) om otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter (se avsnitt 3.8.2). Ärendet är pågående.²⁷

4.2 Alkoholsortimentsnämnden

Alkoholsortimentsnämnden har till uppgift bl.a. att överpröva Systembolagets beslut genom vilka Systembolaget avvisat en offert eller avfört en alkoholdryck ur sitt sortiment. Under 2024 registrerade Alkoholsortimentsnämnden sju inkomna överklaganden. Beslut fattades i tio ärenden under perioden.

²³ Dnr 40/2025.

²⁴ Dnr 318/2025.

²⁵ Dnr 478/2025.

²⁶ Dnr 489/2025.

²⁷ Dnr 312/2025.

I tre fall avslog nämnden överklagandet med motiveringen att den aktuella offerten inte var korrekt och fullständigt ifylld. I fyra fall avskrev nämnden överklagandet sedan den klagande återkallat det. I ett fall avslogs överklagandet med motiveringen att det aktuella offertkravet var förenligt med avtalet mellan staten och Systembolaget och att det inte kan anses strida mot EU-rätten. I ett fall avslogs överklagandet med motiveringen att begränsningen av antalet offerter per lanseringstillfälle grundar sig på affärsmässig hänsyn och således ligger inom ramen för reglerna om Systembolagets produkturval i avtalen mellan staten och Systembolaget. I ett fall avvisade nämnden överklagandet med motiveringen att den klagandes talan faller utanför nämndens prövningsrätt.

5 Gårdsförsäljning, privat e-handel m.m.

5.1 Gårdsförsäljning

Försäljning av starköl, vin och spritdrycker direkt från tillverkare till konsument, allmänt benämnd gårdsförsäljning, har under flera år debatterats och utretts.

I november 2020 beslutade regeringen att tillsätta en utredning om gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker²⁸ som blev klar i början av december 2021.²⁹ Sammanfattningsvis föreslog utredningen att gårdsförsäljning av alkoholdrycker ska tillåtas under vissa förutsättningar. Konkurrensverket har i tidigare rapporter till kommissionen redogjort för utredningsdirektiven och resultaten av denna utredning, samt även för remissinstansernas synpunkter.³⁰ Konkurrensverket har även, i sin senaste rapportering, redogjort för Lagrådets yttrande.

Förslaget anmälades hos kommissionen, som inte haft några invändningar. Under en period hade olika intressenter möjlighet att komma med synpunkter till kommissionen. Spanska vinproducenter och den europeiska branschorganisationen för vintillverkare presenterade invändningar mot förslaget, då de menar att gårdsförsäljning gynnar svenska vintillverkare. Portugal skickade in ett s.k. detaljerat yttrande i vilket de menade att förslaget inte är förenligt med EU-rätten.

I april 2025 beslutade riksdagen om att tillåta gårdsförsäljning fr.o.m. den 1 juni 2025 under en prövotid om sex år. Reformen ska därefter utvärderas, varefter det ska avgöras om prövotiden ska förlängas eller om gårdsförsäljning ska tillåtas permanent.

Gårdsförsäljning omfattar företag som årligen producerar högst 75 000 liter spritdrycker, 400 000 liter jästa drycker med upp till 10 procents alkoholhalt (t.ex. öl och cider) och 200 000 liter jästa drycker med en alkoholhalt överstigande 10 procent (t.ex. vin). Tillverkare av vin ska producera vinet av druvor som uteslutande kommer från tillverkarens egna odlingar. Gårdsförsäljningsföretag måste vara juridiskt och ekonomiskt oberoende av andra tillverkare av alkoholdrycker. Försäljning till konsument ska ske på plats, och får endast ske i samband med ett kostnadsbelagt besöksarrangemang. I samband med arrangemanget ska information lämnas om alkoholens skadeverkningar. Försäljning får ske alla veckodagar mellan klockan 10.00 och 20.00. Varje konsument får köpa maximalt 0,7 liter spritdryck och tre liter vardera av vin, starköl och andra jästa drycker vid ett besökstillfälle.

²⁸ Dir. 2020:118.

²⁹ SOU 2021:95, *En möjlighet till småskalig gårdsförsäljning av alkoholdrycker*.

³⁰ Konkurrensverkets rapport i oktober 2022.

För att få bedriva gårdsförsäljning av alkoholdrycker krävs att man har tillstånd från kommunen. Den kommun som har meddelat tillstånd får ytterligare begränsa under vilka dagar och tider försäljning får ske. Den som får tillstånd ska ha ett egenkontrollprogram för att kontrollera att reglerna för försäljningen följs. Utöver detta ska samma regler gälla som för den som ansöker om serveringstillstånd, dvs. att tillståndshavaren ska vara både ekonomiskt och personligt lämplig, och ha avlagt ett godkänt prov för att visa på tillräckliga kunskaper om alkohollagen och anslutande föreskrifter. Innan kommunen meddelar tillstånd ska ett yttrande från Polismyndigheten tas in. Ett tillstånd för gårdsförsäljning ska gälla för en viss tid.

5.2 Privat e-handel

EU-domstolens dom i det s.k. Rosengrenmålet 2007 ledde till att vissa ändringar gjordes i den dåvarande svenska alkohollagen. Den 1 juli 2008 klargjordes i nämnda lag att det är tillåtet för privatpersoner i Sverige som fyllt 20 år att köpa alkoholdrycker från ett annat land inom EES-området och föra in dessa till Sverige "genom yrkesmässig befordran eller annan oberoende mellanhand" om dryckerna är avsedda för dennes eller dennes familjs personliga bruk.³¹

Det finns en rad företag i Sverige som erbjuder konsumenter i Sverige att beställa alkoholdrycker via internet och få dessa levererade hem eller till olika utlämningsställen. Regelverket kring sådan privat e-handel har under en längre tid ansetts svårtolkat, och rättsläget därmed något oklart, trots olika utredningar som gjorts.³²

Konkurrensverket har i tidigare rapporter till kommissionen utförligt redogjort för Systembolagets domstolstvister med e-handelsföretaget Winefinder AB och dess danska dotterbolag Winefinder ApS (tillsammans "Winefinder"), samt det danska e-handelsföretaget Vivino ApS ("Vivino") som är ett dotterbolag till det amerikanska bolaget Vivino Inc.³³ Winefinder och Vivino erbjuder privatpersoner i Sverige att beställa vin och öl via internet och få det levererat till sin hemadress.

I en dom sommaren 2022,³⁴ vilken fastställdes av Högsta domstolen sommaren 2023,³⁵ slog Patent- och marknadsöverdomstolen fast att Winefinders försäljning online med leverans av alkoholdrycker till konsumenter i Sverige inte stred mot alkohollagen, vilket Systembolaget hade hävdad.³⁶

³¹ Bestämmelsen finns även i nuvarande alkohollag.

³² "Privat införsel av alkoholdrycker – tydligare regler i konsekvens med svensk alkoholpolitik", betänkande av Alkoholleveransutredningen (SOU 2014:58). Konkurrensverket redogjorde detaljerat för betänkandet i sin rapport i december 2014. Departementspromemorian "Reglering av distanshandel med alkoholdrycker" (Ds 2016:33).

³³ Se Konkurrensverkets rapport i juni 2023, s. 29–33, och Konkurrensverkets rapport i december 2023, s. 33–35.

³⁴ Patent- och marknadsöverdomstolens dom 2022-06-14 i mål nr PMT 13055-20.

³⁵ Högsta domstolens dom 2023-07-07 i mål nr T 4709-22.

³⁶ Efter domen i Högsta domstolen återkallade Systembolaget sin talan mot Vivino eftersom den centrala rättsfrågan var densamma i de båda fallen.

Ett betänkande från en statlig utredning innefattar förslag om ändringar i alkohol-lagen, rörande privat e-handel.³⁷ I betänkandet har föreslagits att det ska vara förbjudet att i kommersiellt syfte främja detaljhandel med alkoholdrycker, och införsel av dessa drycker och alkoholdrycksliknande preparat, som görs av en enskild person för dennes eller dennes familjs personliga bruk genom yrkesmässig befordran eller annan oberoende mellanhand från ett annat EES-land. Konkurrensverket har yttrat sig över betänkandet och anför att det behöver utredas ytterligare om ett sådant främjandeförbud riskerar att leda till att inhemska producenter diskrimineras och får konkurrensnackdelar gentemot utländska alkoholdrycks-producenter.³⁸

5.3 Sänkt alkoholskatt – öl från småbryggerier

I februari 2025 röstade riksdagen ja till förslaget om sänkt alkoholskatt för öl från små oberoende bryggerier. För att öl från en producent ska omfattas av den nedsatta alkoholskatten får årsproduktionen som mest uppgå till tre miljoner liter öl per år. Vid bedömningen av årsproduktionen är det föregående kalenderårs produktion av den aktuella drycken som tas i beaktning. För att omfattas av nedsättningen måste producenten vara juridiskt och ekonomiskt oberoende från andra ölproducenter, och tillverkningen av drycken får inte ske på licens. Lokalerna som producenten använder måste vara fysiskt skilda från andra ölproducenter. I de fall där två eller flera småbryggerier samarbetar, kommer de att räknas som ett enda oberoende småbryggeri förutsatt att deras totala årsproduktion inte överstiger tre miljoner liter öl per år. De som har rätt till nedsättning av alkoholskatten kommer delas in i fem olika kategorier utifrån årsproduktionen. Kategorierna och skattenedsättningen kommer att se ut enligt följande:

- 50 procent i skattenedsättning på öl som tillverkats av producenter med en årsproduktion om 500 000 liter eller mindre.
- 40 procent i skattenedsättning på öl som tillverkats av producenter med en årsproduktion som överstiger 500 000 liter men inte uppgår till mer än 750 000 liter.
- 30 procent i skattenedsättning på öl som tillverkats av producenter med en årsproduktion som överstiger 750 000 liter men inte uppgår till mer än 1 000 000 liter.
- 20 procent skattenedsättning på öl som tillverkats av producenter med en årsproduktion som överstiger 1 000 000 liter men inte uppgår till mer än 2 000 000 liter.

³⁷ Betänkandet "En trygg uppväxt utan nikotin, alkohol och lustgas" (SOU 2024:23).

³⁸ Dnr 355/2024. Yttrande över betänkandet "En trygg uppväxt utan nikotin, alkohol och lustgas" (SOU 2024:23).

- 10 procent skattenedsättning på öl som tillverkats av producenter med en årsproduktion som överstiger 2 000 000 liter men inte uppgår till mer än 3 000 000 liter.

Lagändringarna träder i kraft den 1 juli 2025.

Konkurrensverket har tidigare yttrat sig över en promemoria från Finansdepartementet rörande förslaget om alkoholskattesänkningen. I promemorian gjordes bedömningen att sänkningen inte nämnvärt snedvrider konkurrensen eftersom de ölbryggerier vars drycker får sänkt alkoholskatt utgör en mycket liten andel av marknaden samtidigt som deras öl, även vid fullt prisgenomslag av skattesänkningen, är betydligt dyrare än annan öl. Enligt promemorian bedöms förslaget inte heller nämnvärt påverka totalkonsumtionen av alkohol och därmed inte folkhälsan. Konkurrensverket hade inga invändningar mot förslagen i promemorian.

6 Alkoholkonsumtionen i Sverige

6.1 CAN:s rapportering

Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN) har sedan 2013 i uppdrag att löpande följa alkoholkonsumtionen i Sverige inom ramen för de s.k. Monitormätningarna. Kartläggningen bygger på en beräkningsmodell som utgår från statistik över *registrerad* alkoholförsäljning (Systembolaget, restauranger och folköl i livsmedelsbutiker) samt skattningar av *oregistrerad* alkoholförsäljning (privatinförsel, köp av smugglad alkohol, hemtillverkning och e-handel utanför Systembolaget).

Skattningarna av den oregistrerade alkoholen görs med hjälp av frågeundersökningar riktade till ett representativt urval av befolkningen mellan 17 och 84 år. Dessa personer blir intervjuade per telefon om sina alkoholköp de senaste 30 dagarna. Som ett komplement erbjuds respondenter med mobiltelefon att besvara frågorna via ett digitalt formulär. Totalt omfattar CAN:s frågeundersökningar cirka 18 000 personer per år.

6.1.1 Den totala alkoholkonsumtionen³⁹

Under 2024 konsumerades, enligt preliminära siffror från CAN, i genomsnitt 8,4 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Det var en minskning med 2,3 procent jämfört med 2022. Jämfört med 2019 var det en minskning med 6,9 procent. Den registrerade delen av försäljningen uppgick till ungefär 88 procent av den totala konsumtionen 2024, vilket kan jämföras med cirka 87 procent 2023. Systembolagets andel av den totala konsumtionen av alkoholdrycker 2024 uppgick till cirka 72 procent, vilket kan jämföras med cirka 70 procent 2023. År 2019 var Systembolagets andel cirka 65 procent. Den totala konsumtionen av alkoholdrycker i Sverige under åren 2022, 2023 och 2024 fördelades enligt CAN på olika kanaler enligt följande.⁴⁰

Försäljningskanal	Andel 2022	Andel 2023	Andel 2024
Systembolaget	70%	71%	72%
Restauranger	11%	11%	12%
Folköl	4%	4%	4%
Resandeförsel	8%	7%	7%
Köp av smugglad alkohol	2%	2%	2%
Hemtillverkning	3%	3%	2%
Internet	2%	2%	1%
SUMMA	100%	100%	100%

³⁹ Källa: "Alkoholkonsumtionen 2024 – preliminära uppgifter från Monitormätningarna" (CAN, mars 2025).

⁴⁰ Uppgifterna är baserade på konsumtion omräknad till liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre.

6.1.2 E-handeln med alkoholdrycker

Mätningar av e-handeln med alkoholdrycker har gjorts sedan 2006. CAN:s beräkningar ger vid handen att e-handels volym (räknad i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre) respektive andel av den totala alkoholkonsumtionen sett ut enligt följande de tio senaste åren.⁴¹

År	2015	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Volym	0,10	0,12	0,12	0,11	0,11	0,16	0,20	0,17	0,17	0,10
Andel	1,4%	1,1%	1,3%	1,3%	1,2%	1,2%	2,0%	2,2%	2,0%	1,0%

Källa: CAN⁴²

⁴¹ Vissa siffror skiljer sig något från siffror i Konkurrensverkets tidigare rapporter till kommissionen. Detta beror på ändrade mätmetoder hos CAN jämfört med hos SoRAD, som tidigare utförde mätningarna, och även på ny metodik hos CAN.

⁴² Källa: "Alkoholkonsumtionen 2024 – preliminära uppgifter från Monitormätningarna" (CAN, mars 2025). I detta sammanhang avses privatpersoners köp av alkoholdrycker via internet från andra aktörer än Systembolaget.



Ringvägen 100
118 60 Stockholm

08-700 16 00

konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se