

Övervakning av det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker

Rapport till Europeiska kommissionen

Juni 2026

Konkurrensverket juni 2026
Utredare: 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	Lokalt Efterfrågat Sortiment	11
3.1.2	Butikens val	13
3.1.3	Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt (TSLS).....	14
3.1.4	Tillfälligt Sortiment Volym, Tillfälligt Sortiment Tid m.m.....	16
3.1.5	Synpunkt till Systembolaget	17
3.2	Inköpsprocesserna för fast sortiment och beställningssortiment	18
3.2.1	Inköp till det fasta sortimentet	18
3.2.2	Inköp till beställningssortimentet	18
3.2.3	Verktyg för att upptäcka stödköp	19
3.2.4	Ändringar i inköpsvillkoren	20
3.2.5	Försäljningsstopp för ryska artiklar.....	21
3.3	Butiksmodellen	22
3.4	Hemleveranser, privatimportservice, övriga beställningstjänster	23
3.4.1	Hemleveranser.....	23
3.4.2	Privatimportservice.....	23
3.4.3	Övriga beställningstjänster	23
3.5	Finansieringsmodellen	24
3.6	Affärssystem	25
3.7	Hållbarhetsarbete	25
3.7.1	Åtagande om halverad klimatpåverkan till 2030	25
3.7.2	Klimatpåverkan i leverantörskedjan	25
3.7.3	Krav på användning av förnybara drivmedel	27
3.7.4	Förbud mot användning av tyngre engångsglasflaskor	28
3.7.5	Produktmärkningen "Våra mest hållbara drycker" (tidigare "Hållbart Val").....	29
3.7.6	Mänskliga rättigheter.....	30
3.7.7	Systembolagets Hållbarhetsplattform	32
3.7.8	Synpunkter till Systembolaget.....	32

4	Klagomål och synpunkter på Systembolaget, ärenden i Alkoholsortimentsnämnden m.m.	34
4.1	Inga klagomål till Konkurrensverket	34
4.2	Alkoholsortimentsnämnden	34
5	Gårdsförsäljning, privat e-handel m.m.....	36
5.1	Gårdsförsäljning	36
5.2	Privat e-handel.....	39
5.3	Sänkt alkoholskatt – öl från oberoende småbryggerier	40
5.4	Sänkt alkoholskatt – andra alkoholvaror än öl från oberoende småproducenter.....	41
5.5	Avskaffande av krav på matservering och eget kök vid servering av alkohol.....	42
6	Alkoholkonsumtionen i Sverige	43
6.1	CAN:s rapportering	43
6.1.1	Den totala alkoholkonsumtionen.....	43
6.1.2	E-handeln med alkoholdrycker.....	44

1 Sammanfattning

Konkurrensverket har inte mottagit några klagomål eller synpunkter på Systembolaget sedan den senaste rapporten till kommissionen publicerades i december 2025.

Alkoholsortimentsnämnden har upphävt Systembolagets beslut om avvisning av tio offerter från en leverantör. Nämnden gjorde bedömningen att Systembolaget vid urvalsprocessen hade brustit i att objektivt och transparent bedöma produkternas kvalitet. Enligt nämnden hade Systembolaget inte haft grund för sina beslut att avvisa produkterna, varför dessa beslut upphävdes.

Systembolaget har från en svensk branschförening för leverantörer mottagit synpunkter som rör flera av de åtgärder Systembolaget infört eller planerar att införa inom ramen för sitt hållbarhetsarbete. Sammanfattningsvis menar branschföreningen att Systembolagets införande av rapportering av klimatdata, liksom hållbarhetsrapportering via en modul i Hållbarhetsplattformen, och arbetstagarinvolvering, medför en betydande administrativ belastning i värdekedjan och riskerar att ge upphov till handelshinder. En europeisk branschorganisation har förmedlat i huvudsak samma synpunkter till Systembolaget. Systembolaget uppger att dess ambition är att hållbarhetsarbetet ska ske i nära dialog med leverantörerna och branschföreningarna. Med anledning av synpunkterna kommer Systembolaget att intensifiera dialogen med branschorganisationerna och de leverantörer som uttrycker oro över Systembolagets hållbarhetsåtgärder, med målet att hitta lösningar som uppfyller syftet med åtgärderna men som upplevs som hanterbara av leverantörerna och förenliga med tillämplig lagstiftning.

De fasta och rörliga prispåslag som justerades efter den senaste översynen av Systembolagets finansieringsmodell trädde i kraft den 1 mars 2026. Mot bakgrund av en förändrad kostnadsbild kommer påslagen att justeras ytterligare den 1 september 2026. Systembolaget har även publicerat ändringar i sina inköpsvillkor i form av bl.a. förtydliganden av krav på märkning och förpackningshantering, och förtydliganden av bestämmelserna om prisjustering vid förändrad alkoholskatt.

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

Gårdsförsäljning av alkoholdrycker är tillåten sedan den 1 juni 2025 under en prövotid om sex år. En rad begränsningar finns, som lagstiftaren menar är nödvändiga för att detaljhandelsmonopolet ska kunna upprätthållas. Begränsningarna gäller bl.a. produktionsvolymerna och hur mycket alkoholdryck en konsument får inhandla vid ett köptillfälle. Enligt statistik från Folkhälsomyndigheten hade 178 aktörer beviljats tillstånd att bedriva gårdsförsäljning per den 30 april 2026. Skåne är det län som har flest aktörer inom gårdsförsäljning, totalt 41 stycken.

En undersökning gjord av Centralförbundet för Alkohol- och Narkotikaupplysning (CAN) visade att för andra halvåret 2025 hade 2,3 procent i åldersgruppen 20–84 år nyttjat gårdsförsäljning under de senaste 30 dagarna. Personer som handlar via gårdsförsäljning konsumerar mer alkohol än de som enbart handlar på Systembolaget och alkoholkonsumenter som helhet. CAN betonar dock att de redovisade uppgifterna bygger på de första beräkningarna av gårdsförsäljningens omfattning, och att det är av vikt att följa utvecklingen för att få en så korrekt bild som möjligt.

I en dom från Förvaltningsrätten i Stockholm i maj 2026 upphävdes ett beslut fattat av kommunfullmäktige i Stockholms stad om att anta riktlinjer ”*Avgift enligt alkohollagen samt försäljningstider för gårdsförsäljning*”. Förvaltningsrätten konstaterade att Stockholms stad genom beslutet hade fastställt riktlinjer som generellt begränsade försäljningstiderna för gårdsförsäljning inom kommunen till ett snävare tidsspann än de i alkohollagen angivna tiderna. Enligt Förvaltningsrätten framgår det tydligt av alkohollagen och förarbetena att en kommuns begränsningar av försäljningstiderna får ske endast efter en individuell prövning av en tillståndsansökan. Förvaltningsrätten fann att kommunfullmäktiges beslut hade fattats i strid med kommunallagen, och ska upphävas.

Systembolagets försäljning i Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt, dvs. sortimentet med lokalt och småskaligt producerat öl, vin och sprit, ökade totalt under 2025 med 0,9 procent. Det var primärt öl som stod för ökningen medan vin och sprit minskade. Minskningen för vin var 11 procent. Enligt Systembolaget är volymerna dock så små att det är svårt att avgöra om minskningen beror på slutsålda volymer hos producenter som även bedriver gårdsförsäljning eller på variationer mellan årgångar.

Riksdagen röstade i maj 2026 ja till enklare regler för serveringstillstånd och servering av folköl. Förslagen innebär bl.a. att kravet på matservering och eget kök för serveringstillstånd avskaffas. Lagändringarna trädde i kraft den 1 juni 2026.

I maj 2026 röstade riksdagen ja till ett förslag om nedsatt alkoholskatt för andra alkoholvaror än öl, från oberoende småproducenter. För att omfattas av nedsättningen får producentens årsproduktion uppgå till som mest 100 000 liter vin, 1,5 miljoner liter andra jästa drycker (exempelvis cider), 25 000 liter mellanklassprodukter (exempelvis portvin) eller 1 000 liter ren alkohol för etylalkohol (sprit). Hur stor skattenedsättning en producent får beror på hur stor dess årsproduktion är. Lagändringarna träder i kraft den 1 juli 2026.

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.

Konkurrensverket rapporterar också om Alkoholsortimentsnämndens ärenden och om eventuella klagomål relaterade till Systembolaget som inkommit till

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

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. Ändringar i inköpsvillkoren som Systembolaget genomfört eller beslutat genomföra sedan Konkurrensverkets förra rapporttillfälle beskrivs. Rapporten innehåller vidare en uppdaterad redogörelse för Systembolagets hållbarhetsarbete. Därutöver redogörs för ärenden som Alkoholsortimentsnämnden behandlat under 2025. Den hittillsvarande utvecklingen efter införandet av gårdsförsäljning beskrivs. Avslutningsvis presenteras preliminär statistik över alkoholkonsumtionen 2025.

Under arbetet med rapporten har Konkurrensverket ställt frågor till och inhämtat material från Systembolaget, CAN och Alkoholsortimentsnämnden. Berörda branschföreningar 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 drogforskning vid Stockholms universitet). IPSOS har fått i uppdrag att administrera datainsamlingen, medan intervjuer 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 ca 2 700 artiklar och stod för ca 90,0 procent av Systembolagets totala försäljning under 2025. 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 rankning) 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 2025 ströks 23 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. Två av dem återkom senare i *Tillfälligt Sortiment Volym* (se avsnitt 3.1.4).

Beställningssortimentet, som stod för ca 4,0 procent av Systembolagets totala försäljning under 2025, utgörs av ca 16 900 artiklar som Systembolaget säljer men inte provar, kvalitetssäkrar eller beskriver. Dessa artiklar finns vanligtvis inte i Systembolagsbutikerna men går att beställa där eller på Systembolagets webbplats.³ Under 2025 listades 4 824 nya artiklar i beställningssortimentet. Vid listning av en artikel i beställningssortimentet ska leverantören välja om denne önskar att artikeln ska delta i poängberäkning och rankning för eventuellt sortimentsbyte till det fasta sortimentet. En uppflyttning från beställningssortimentet till det fasta sortimentet ger omedelbart plats i butik. Under 2025 kvalificerade sig 224 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* (se avsnitt 3.1.1) eller kvalificera sig för sortimentsbyte till *Tillfälligt Sortiment Säsong* (se avsnitt 3.1.4). Det finns också möjlighet för enskilda Systembolagsbutiker att lagerföra artiklar ur beställningssortimentet som *Butikens Val* (se avsnitt 3.1.2). Den 31 december 2025 fanns 952 artiklar från beställningssortimentet lagerförda på sammanlagt 449 butiker.

³ Vissa leverantörer sätter begränsningar när det gäller till vilka län de levererar. Den 31 december 2025 fanns 952 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 rankning. 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. I snitt lanserade Systembolaget 440 artiklar per månad i det tillfälliga sortimentet under 2025. I denna siffra ingår samtliga kategorier av tillfälligt sortiment (webblanseringar, små partier, lokalt och småskaligt och säsong).⁴ Det finns vanligtvis ca 4 100 artiklar i det tillfälliga sortimentet. Av Systembolagets totala försäljning 2025 stod det tillfälliga sortimentet för ca 5,3 procent.

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

Sortiment	Antal	Andel
Fast sortiment	2 734	11,5%
Tillfälligt sortiment	4 131	17,4%
Beställningssortiment	16 910	71,1%
Summa	23 775	100%

Källa: Systembolaget.

Under 2025 uppgick Systembolagets totala försäljning till ca 48,7 miljarder kronor (inklusive mervärdesskatt). Detta var en minskning med knappt en procent jämfört med 2024. Försäljningen fördelade sig på olika sortiment enligt följande.

⁴ Många artiklar i det tillfälliga sortimentet återlanseras som "nya" artiklar trots att de tidigare lanserats med annan årgång. I snittet ingår därför (i) artiklar som återlanserats, (ii) artiklar som lanserats som nya artiklar även om de funnits tidigare, samt (iii) artiklar som är helt nya.

Sortiment	Försäljning (tkr)	Andel
Fast sortiment	43 859 648	90,0%
Tillfälligt sortiment	2 601 963	5,3%
<i>varav TSLs</i>	483 963	1,0%
Beställningssortiment	1 952 076	4,0%
Privatimportservice	97 474	0,2%
Torra varor	226 843	0,5%
Summa	48 738 005	100,0%

Källa: Systembolaget

Systembolagets totala försäljning under 2025 fördelade sig på olika produktkategorier enligt följande.

Varugrupp	Försäljning (tkr)	Andel
Brännvin	2 119 897	4,3%
Övrig sprit	7 754 299	15,9%
Starkvin	578 034	1,2%
Vin exkl. starkvin	23 720 615	48,7%
Starköl	12 304 594	25,2%
Cider, blanddryck	1 707 528	3,5%
Alkoholfritt	326 195	0,7%
Torra varor/ospec.	226 843	0,5%
Summa	48 738 005	100,0%

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 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

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

lagerföras i butik som en del av det lokalt efterfrågade sortimentet. Vad gäller artiklar i beställningssortimentet är huvudregeln att sådana lagerförs hos leverantör 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 2025 utgjorde försäljningen i *Lokalt Efterfrågat Sortiment* 6,5 procent av Systembolagsbutikernas totala försäljning. Antalet lokalt efterfrågade artiklar varierar från tid till annan under året. Den 31 december 2025 var det totala antalet lokalt efterfrågade artiklar 2 008. Då hade en Systembolagsbutik i snitt 83 lokalt efterfrågade artiklar.

Under 2025 genererades 66,2 procent av försäljningen i *Lokalt Efterfrågat Sortiment* av artiklar ur det fasta sortimentet, medan 33,8 procent kom från beställningssortimentet och 0,1 procent från det tillfälliga sortimentet.⁶

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.⁷

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

⁶ Att andelssiffrorna inte summerar till 100 beror på avrundningar.

⁷ Detta gäller med undantag för artiklar som varit föremål för initial poängberäkning och rankning 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.

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 krav som gäller vid återinköp av artiklar i *Tillfälligt Sortiment Säsong*, *Tillfälligt Sortiment Volym* och *Tillfälligt Sortiment Tid* (se avsnitt 3.1.4).

3.1.2 Butikens val

Enskilda Systembolagsbutiker har möjlighet att själva besluta om att lägga till, som huvudregel, maximalt 30 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 2025 för 1,1 procent av Systembolagsbutikernas totala försäljning. Antalet artiklar i *Butikens val* varierar från tid till annan under året. Den 31 december 2025 fanns totalt 2 026 artiklar som *Butikens val*. En Systembolagsbutik hade då i snitt 31 artiklar som *Butikens val*.⁸

Under 2025 genererades 89,2 procent av försäljningen i *Butikens val* av artiklar ur det fasta sortimentet, medan beställningssortimentet stod för 2,5 procent och det tillfälliga sortimentet för 8,3 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 hyllor. 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

⁸ Anledningen till att snittet är högre än 30 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.

butikshyllan. Butiken behöver då fatta nya beslut om vilka artiklar den anser sig behöva för att tillgodose kundernas efterfrågan.

3.1.3 Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt (TSLs)

Då Systembolaget noterat ökad efterfrågan på lokalt och småskaligt producerat 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 producerad⁹ 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-artikelns produktionsställe. Avtalstiden är tolv månader eller en kortare tid om artikelns 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 artikelns 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 säsonganknytning (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.

⁹ 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.

Leverantörer väljer själva om de vill offerera sina produkter till TSLS eller placera dem i beställningssortimentet. Artiklar i TSLS kan inte kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet medan detta däremot är möjligt för artiklar i beställningssortimentet.¹⁰ Liksom artiklar i beställningssortimentet kan emellertid artiklar i TSLS 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 2025. Den 31 december 2025 fanns det 2 843 TSLS-artiklar vilka utgjorde 68,8 procent av det totala antalet artiklar i det tillfälliga sortimentet.¹¹

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 (högst 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 onlinebutik.
- De tre första månaderna kommer artikeln att finnas som beställningsbar från depå och lagerhållas 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.

¹⁰ Inga produkter i det tillfälliga sortimentet kan kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet.

¹¹ Som en jämförelse kan nämnas att det den 30 september 2014, dvs. en månad efter införandet av TSLS, fanns 461 artiklar i TSLS.

- 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.

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.

3.1.4 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).¹² 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.

¹² Artikeln måste genom sin försäljning generera ett visst bidrag för att Systembolaget återigen ska ta in den till försäljning.

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 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-/TSE-/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.

3.1.5 Synpunkt till Systembolaget

Inga synpunkter gällande sortimentsmodellen har inkommit till Systembolaget, och Systembolaget har inte gjort några ändringar i sortimentsmodellen, sedan den 1 december 2025.

Systembolaget har tidigare mottagit ett förslag om att justera utvärderingsperioderna för det fasta sortimentet genom att exkludera de två första respektive de två sista veckorna från rankingberäkningen. Bakgrunden är att det vid sortimentsskiften kan saknas varor i vissa butiker, vilket i enstaka fall skulle kunna leda till ett mindre rättvisande utvärderingsresultat. Systembolaget har svarat att analyser visar att rankingresultaten endast i sällsynta fall har påverkats av förändringar vid sortimentsskiften, men att man ändå ser fördelar med den föreslagna justeringen. För att säkerställa kvalitet och tillförlitlighet i utvärderingen krävs dock anpassningar i nuvarande systemstöd. Efter migrering till ny it-plattform som används för utvärderingar avser Systembolaget att fatta beslut om hur Systembolaget kommer att förkorta utvärderingsperioderna. De närmare detaljerna är ännu inte beslutade.

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 samt för de verktyg Systembolaget tillämpar för att förhindra stödköp. Det redogörs även för de ändringar i Systembolagets allmänna inköpsvillkor som trätt i kraft sedan föregående rapportering eller som ska implementeras inom de närmaste månaderna.

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 ca 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.¹³ Via en tjänst hos GS1¹⁴ 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 anlåtande 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

¹³ Validoo är ett varumärke under vilket GS1 Sweden AB erbjuder tjänster vilka baseras på standarder från GS1, t.ex. delning av artikelinformation.

¹⁴ GS1 är en global standardiseringsorganisation för bl.a. streckodsmärkning.

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

Prispåslag

De fasta och rörliga prispåslag som justerades efter den senaste översynen av Systembolagets finansieringsmodell, och kommunicerades till Systembolagets leverantörer i februari 2025, trädde i kraft den 1 mars 2026.¹⁵ Mot bakgrund av en förändrad kostnadsbild för Systembolaget kommer påslagen att justeras ytterligare den 1 september 2026 vilket kommunicerades till leverantörerna i december 2025. Det rörliga påslaget för alkoholhaltiga drycker justeras då från 14,8 procent till 15 procent och de fasta påslagen per varugrupp höjs. För alkoholfria drycker justeras det rörliga påslaget från 31,5 procent till 32,3 procent. Förändringen i kundpriser kommer att vara mellan 0,2 och 0,8 procent, beroende på dryckesslag.

Synpunkter har inkommit till Systembolaget på att påslagen justeras vid två tillfällen under 2026. Systembolaget har svarat att en minskande försäljning har resulterat i ett behov av ytterligare justering av påslagen utöver den som gjordes den 1 mars, samt att Systembolaget aviserat justeringen nio månader i förväg vilket Systembolaget bedömer är en rimligt lång framförhållning.

Gällande ändringarna i finansieringsmodellen för alkoholfria drycker har ett mindre antal synpunkter inkommit i den löpande dialogen med leverantörer. Synpunkterna har huvudsakligen rört kommersiella överväganden kopplade till prissättning. Systembolaget har förtydligat bakgrunden till ändringarna samt hur modellen tillämpas. Förtydligandena har inte föranlett några ytterligare synpunkter eller åtgärder.

Krav på användning av förnybara drivmedel

I februari 2025 publicerade Systembolaget inköpsvillkorsändringar, vilka innebär införande av ett 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 (tonkilometer) i Sverige som

¹⁵ Se beskrivning av finansieringsmodellen i avsnitt 3.5.

distributören (inbegripet distributörens underleverantörer) utför till Systembolagets butiker och depåer fr.o.m. den 31 december 2026 sker med förnybara drivmedel. Se vidare avsnitt 3.7.3.

Övriga ändringar

I november 2025 publicerade Systembolaget inköpsvillkorsändringar vilka trädde i kraft den 1 mars 2026. Dessa rör bl.a. förtydliganden av krav på märkning och förpackningshantering och förtydliganden av bestämmelserna om prisjustering vid förändrad alkoholskatt. Dessutom innebär ändringarna att tidigare segment för alkoholfria artiklar ersatts med nya och fler segment. Exempelvis har segmentet alkoholfritt mousserande vin ersatts av tre nya segment: (i) alkoholfritt mousserande vitt vin, (ii) alkoholfritt mousserande rosévin, och (iii) alkoholfritt mousserande övrigt.

Systembolaget har tidigare mottagit synpunkter från ett fåtal leverantörer där krav på att presentförpackningar ska vara märkta med samma streckkod som den inneslutna dryckesförpackningen ifrågasatts eftersom det skapat svårigheter med att genomföra GS1:s kvalitetssäkringstjänst vid förekomst av tillfällig presentförpackning. Systembolaget har nu tagit bort kravet för att harmonisera med GS1:s standard och underlätta vid identifiering och märkning av förpackningarna för alla aktörer i värdekedjan.

I mars 2026 publicerade Systembolaget inköpsvillkorsändringar som kommer att träda i kraft under 2026. Den 1 juli kommer en ändring i form av ett förtydligande av tillämpning av vitesbestämmelse vid utebliven lansering att träda i kraft. Ändringen innebär inte någon förändring av vitesnivåer eller övriga påföljder enligt inköpsvillkoren. Den 1 juli 2026 kommer även krav på genomförande av kvalitets-säkringstjänst vid leverantörsbyte för artiklar i det fasta sortimentet att börja gälla. Bakgrunden är att leverantörsbyte innebär att den nya leverantören övertar ansvaret för artikelinformationen i Validoo och för den fortsatta kvalitetsrelaterade hanteringen av artikeln. För att säkerställa att artikelinformationen är korrekt och aktuell finns enligt Systembolaget behov av verifiering, även i de fall tidigare registrerade uppgifter inte har ändrats i sak.

Systembolaget har mottagit en fråga om huruvida tillämpningen av förtydligandet att Systembolaget har rätt att erhålla vite vid utebliven lansering även gäller artiklar i det tillfälliga sortimentet. Systembolaget har svarat att även om ordalydelsen visserligen öppnar för möjligheten, har praxis hittills varit att viten inte tillämpas i förhållande till det tillfälliga sortimentet och att någon ändring av praxis med anledning av förtydligandet inte heller avses i nuläget.

3.2.5 Försäljningsstopp för ryska artiklar

I februari 2022 beslutade Systembolaget om ett tillfälligt försäljningsstopp av artiklar från Ryssland vilket fortfarande gäller. 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 fastställelsetalan 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 Konkurrensverket i samma sak. Konkurrensverket skrev av ärendet med hänvisning till verkets prioriteringspolicy.¹⁶ Konkurrensverket har inte mottagit några andra klagomål beträffande Systembolagets försäljningsstopp av artiklar från Ryssland.

3.3 Butiksmodellen

Det finns 452 Systembolagsbutiker i Sverige. I varje kommun finns minst en butik. Därutöver finns det 452 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 3.1 ovan).

För att bättre matcha faktisk butiksyta 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 Systembolagets Allmänna Inköpsvillkor 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. den 1 januari 2025 kan utgöras av en butik eller en dedikerad försäljningsyta i eller i anslutning till butik, i begränsat antal, som

¹⁶ Dnr 666/2024.

lagerför ett väsentligt större sortiment av artiklar från i huvudsak en eller flera kategorigrupper.

3.4 Hemleveranser, privatimportservice, övriga beställningstjänster

3.4.1 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 99,9 procent av Sveriges befolkning i dag har tillgång till hemleveranstjänsten.

Under 2025 uppgick värdet av hemleveransförsäljningen till ca 352,9 miljoner kronor vilket utgjorde ca 0,7 procent av Systembolagets totala försäljning under perioden.

I samtal med regeringen har Systembolaget under våren 2026 lyft frågan om utökade tider för hemleveranser. Anledningen är att man vill möta en ökad efterfrågan på e-handel. I dagsläget får hemleveranser bara göras under butikernas öppettider.

3.4.2 Privatimportservice

Systembolaget har även en lagstadgad privatimportservice som innebär att Systembolaget, för privatpersoners räkning, kan importera produkter som inte finns i Systembolagets sortiment. Under 2025 mottog Systembolaget 21 678 förfrågningar om privatimport. Av dessa ledde 14 685 stycken (67,7 procent) till köp. Försäljningen via Systembolagets privatimportservice uppgick under perioden till ca 97,5 miljoner kronor vilket utgjorde ca 0,2 procent av Systembolagets totala försäljning.

3.4.3 Övriga beställningstjänster

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

Under 2025 uppgick försäljningen av artiklar som beställts via Systembolagets e-beställningstjänst och hämtats ut i butik till ca 1,272 miljarder kronor, vilket utgjorde ca 2,6 procent av Systembolagets totala försäljning under året. Under samma period noterades ett försäljningsvärde i butik om ca 145 miljoner kronor för kundbeställningar som gjorts vid besök i butik. Nämnade summa utgjorde ca 0,3 procent av Systembolagets totala försäljning.

Försäljningen av artiklar som beställts via e-beställningstjänsten och lämnats ut av ombud uppgick till ca 598 miljoner kronor under 2025 vilket utgjorde ca 1,2 procent av Systembolagets totala försäljning. Försäljningen av artiklar som beställts hos och lämnats ut av ombud uppgick till ca 57 miljoner kronor vilket utgjorde ca 0,1 procent av Systembolagets totala försäljning.¹⁷

3.5 Finansieringsmodellen

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. Beroende på omfattningen av eventuella ändringar tillämpar Systembolaget en ledtid på 6–12 månader innan ändringarna träder ikraft. 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 för att säkerställa att finansieringsmodellen täcker Systembolagets kostnader och ägarens avkastningskrav.

Utöver den större strategiska översyn av finansieringsmodellen som sker var tredje år, ser Systembolaget årligen över nivåer för både fasta och rörliga påslag. Detta görs i syfte att möjliggöra än mer träffsäkra prognoser och möta omvärldens snabba förändringar. De rörliga och/eller de fasta påslagen kan därmed komma att justeras årligen, och i dessa fall kommuniceras ändringarna med ca 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.

¹⁷ 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.

3.6 Affärssystem

Systembolagets inhämtning av leverantörers artikelinformation sker digitalt, delvis via GS1 Sweden AB:s databastjänst Validoo. Frågor från leverantörer gällande inhämtning och delning av artikelinformation genom Validoo hanteras av Systembolagets inköpsadministration alternativt GS1:s kundtjänst, beroende på karaktär. Dryckesfakturer inkommer digitalt via EDI till Systembolagets affärssystem.

3.7 Hållbarhetsarbete

3.7.1 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.

3.7.2 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 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. klimatdata (PCF)¹⁸ 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 branschföreningarna 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 PCF från inköpsvillkoren. Kravet hann därmed inte träda i kraft.

Med anledning av Systembolagets införande av rapporteringskravet inkom under våren 2025 ett klagomål till Konkurrensverket, som inledde ett ärende mot Systembolaget inom ramen för lagen (2021:579) om otillbörliga handelsmetoder vid

¹⁸ PCF står för Product Carbon Footprint dvs. en produkts koldioxidavtryck på miljön.

köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter. Eftersom kravet drogs tillbaka innan det trädde i kraft skrev Konkurrensverket av ärendet i juni 2025.¹⁹

Under våren och sommaren 2025 genomförde Systembolaget en pilotundersökning för insamling av klimatdata i samarbete med CarbonCloud som plattform. Syftet var att testa metoder och förutsättningar för insamling av klimatdata från leverantörsledet samt att utvärdera processer för beräkning och kvalitetssäkring av klimatdata. Den 24 mars 2026 öppnade Systembolaget upp för möjligheten för samtliga leverantörer att rapportera klimatdata via CarbonCloud. Arbetet befinner sig ännu i en implementeringsfas, och fortsätter med utveckling av systemstöd och arbetsätt samt utbildningar för leverantörer. Under de första veckorna har Systembolaget noterat ett positivt engagemang hos leverantörerna.

Under hösten 2026 kommer Systembolaget att genomföra en simulering där Systembolaget testat att låta PCF-värdet på varje artikel (faktiskt inrapporterat värde eller schablonvärde) utgöra en delkomponent vid rankingen av artikeln, och där artikeln därigenom erhåller ett simulerat utfall av efterföljande distribution baserat på rankingen. Systembolagets syfte med simuleringen är att se, och även låta leverantörerna få veta, hur rapportering av klimatdata kan påverka och om några oönskade effekter kan uppstå. Detta innebär inte att PCF-värdet faktiskt kommer att börja användas i urvalet ännu.

Systembolaget betonar att en förutsättning för att insamlingen av klimatdata ska kunna ske på frivillig basis är försäkringar från Sprit- & Vinleverantörsföreningen om kraften i föreningens engagemang och support, samt att dess medlemmar kommer att bidra till 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. Systembolaget har erbjudit 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.

Insamlingen av klimatdata, 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.

Systembolaget har mottagit synpunkter rörande insamlingen av klimatdata från en svensk branschförening och en europeisk branschorganisation, se vidare avsnitt 3.7.8.

¹⁹ Dnr 312/2025.

3.7.3 Krav på användning av förnybara drivmedel

Systembolaget förde under 2023 och 2024 dialoger med leverantörer, branschföreningar, distributörer och samdistributörer i syfte att identifiera och prioritera möjliga åtgärder som effektivt minskar klimatavtrycket från transporterna. Diskussioner fördes inom arbetsgrupper för att analysera och förankra effekterna, riskerna och genomförbarheten av olika förslag. En arbetsgrupp bestående av representanter för Systembolaget, Sveriges Bryggerier, Sprit- & Vinleverantörsföreningen, leverantörer, distributörer och samdistributörer, upprättade under hösten 2024 ett mål om användning av förnybara drivmedel. Arbetet med skapandet av en gemensam plan för att nå detta mål fortsätter. Systembolaget har informerat om detta arbete på Leverantörsportalen.

I februari 2025 publicerade Systembolaget inköpsvillkorsändringar, vilka innebär införande av ett 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 (tonkilometer) i Sverige som distributören (inbegripet distributörens underleverantörer) utför till Systembolagets butiker och depåer fr.o.m. den 31 december 2026 sker med förnybara drivmedel.

Sedan de nya villkoren publicerades har Systembolaget, tillsammans med Sveriges Bryggerier och Sprit- & Vinleverantörsföreningen, fört en dialog med de distributörsblock som tillsammans representerar distributörer som anlitas av leverantörerna, för att diskutera vilka åtgärder 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 dialogerna gäller 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. Systembolaget har därutöver mottagit synpunkter gällande ökade drivmedelspriser, kopplade till pågående krig i Mellanöstern, och huruvida Systembolaget ser att detta påverkar kravet på förnybart drivmedel. Ytterligare en synpunkt som lyfts i dialogerna är att ökad rapportering riskerar att öka leverantörernas kostnader. Diskussioner har även förts om hur beräkningen av klimatavtrycket för distributionen går till och hur utfallet kan delas med leverantörerna. Arbetet fortsätter nu med att fastställa delmål, uppföljningspunkter och stödinsatser i nära samverkan med branschföreningarna, deras medlemmar, logistikpartners och distributörsblocken.

Inom ramen för arbetet har Systembolaget beslutat att öppna för massbalansprincipen som en möjlig åtgärd för att nå målet. Detta innebär att användning av förnybara drivmedel kan redovisas genom en verifierbar och transparent modell utan krav på att varje enskild transport fysiskt drivs med förnybart drivmedel, under förutsättning att tydliga kriterier uppfylls. Framtagandet av villkor och

kriterier för massbalans pågår och beräknas färdigställas under tredje kvartalet 2026.

Parallellt med ovan beskrivna diskussioner har Systembolaget fört en dialog med Sveriges Bryggerier och Sveriges Oberoende Bryggerier om leverantörers egen distribution. I dialogen med Sveriges Oberoende Bryggerier har Systembolaget lagt fram ett förslag om måldatum och rapporteringsvillkor för leverantörer med egen distribution. Förslaget innebär att kravet på användning av förnybara drivmedel ska vara uppfyllt senast den 1 januari 2030, vilket utgår från den generella omställningstakten på den svenska transportmarknaden.

Gällande rapportering har diskussioner förts om att tillämpa en förenklad rapportering för egen distribution samt om ett undantag för leverantörer som använder egen varubil, för att undvika att dessa behöver investera i nya fordon som för närvarande inte kan tankas med förnybart drivmedel. Sveriges Oberoende Bryggerier har ställt sig positiva till förslagen, och Sveriges Bryggerier är informerade och ser positivt på dialogen och det föreslagna upplägget.

Nästa steg i arbetet är att konkretisera rapporteringsprocessen samt att invänta synpunkter från Sveriges Producenter av Alkoholdrycker (SPAA) genom Sprit- & Vinleverantörsföreningen (SVL).

3.7.4 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.²⁰ 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

²⁰ Aktuellt schablonvärde är 0,938 kg koldioxid per kg glas.

välja mellan att begränsa försäljningen (om det är förenligt med inköpsavtalet för artikeln), sänka flaskvikten, och byta förpackningstyp.

Flaskvolym (ml)	Maxvikt (gram)	
	Öl, sprit, stilla vin, cider & blanddryck (inkl. motsvarande alkoholfria drycker)	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 istället på att öppna upp möjligheten för förpackningsproducenter att rapportera mer specifik produktionsdata. Dialoger med förpackningstillverkare inom glas, bag-in-box, burk och PET-flaskor har pågått under flera år med målsättningen att etablera en metod som möjliggör användning av befintliga LCA-beräkningar²¹ från producenterna, för att undvika onödigt insamling av detaljerad data och hantering av känslig information. Systembolaget börjar nu se det praktiska resultatet av dialogerna. De förpackningsproducenter som har klimatmässigt fördelaktiga förpackningar kan ge fördelar till de dryckesproducenter som använder deras förpackningar, genom ett reducerat bidrag till produkternas totala klimatavtryck.

3.7.5 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

²¹ LCA-beräkning är en metod för att bedöma en produkts eller ett projekts totala miljöpåverkan under hela dess livscykel, från utvinning av råmaterial till avfallshantering.

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. Den 1 december 2025 hade 389 artiklar i det fasta sortimentet, 65 artiklar i beställningssortimentet och sex artiklar i det tillfälliga sortimentet fått denna märkning.²²

3.7.6 Mänskliga rättigheter

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. Fokus ligger för närvarande på att skapa en enhetlig bild av vilka processer som redan finns på plats inom ramen för tillbörlig aktsamhet, hur dessa bör utvecklas i enlighet med ramverket samt vilka delar som behöver kompletteras.

Sedan den 1 december 2025 har Systembolaget tagit del av 22 hållbarhetsgranskningar avseende efterlevnad av inköpsvillkor kopplade till miljö och mänskliga rättigheter. Granskningarna har initierats av Systembolaget eller av aktörer i Systembolagets leverantörskedja och omfattar 9 amfori BSCI-granskningar²³ och 13 Sedex SMETA-granskningar²⁴. De vanligaste bristerna som identifierats rör arbetsmiljö, särskilt brandsäkerhet, samt arbetstid, löner och systematiska lednings- och uppföljningsprocesser hos producenterna. Inga nya s.k. Zero Tolerance-ärenden har identifierats.

²² Samtliga artiklar i det fasta sortimentet bedöms.

²³ amfori BSCI är en internationell standard för socialt ansvarstagande och etisk efterlevnad i leveranskedjor.

²⁴ Sedex är ett granskningsförfarande som har utvecklats av Sedex – Supplier Ethical Data Exchange – en ideell organisation som stödjer företag som arbetar med kontinuerlig förbättring av etisk prestanda i leveranskedjor.

Systembolaget deltar, tillsammans med Vinmonopolet, Fairtrade och Anker Research Institute, i ett projekt för att ta fram en levnadslönebenchmark i Western Cape, Sydafrika. Arbetet sker i samarbete med University of Cape Town (UCT) och inkluderar en levnadslönerekalkyl, informationsinsatser och intressentsamverkan. En korrekt kalkyl av vad en levnadslön bör ligga på är centralt för att kunna stänga lönegap i förhållande till rådande minimilön inom en specifik geografisk region. En rapport publicerades i början av 2026 i vilken den tidigare levnadslönebenchmark från 2013 har ersatts med en ny. Under en fältresa i april 2026 förde representanter för Systembolaget samtal med olika intressentgrupper för att kunna knyta an till studien och undersöka hur Systembolaget på ett ansvarsfullt sätt kan förhålla sig till och arbeta vidare mot levnadslöner generellt och resultaten i studien specifikt.

I övrigt fortsätter Systembolaget det pågående arbetet med fördjupande studier i leverantörskedjan. För närvarande genomförs en studie av vinindustrin i Spanien. Ett första utkast till rapport är färdigt, och de preliminära resultaten pekar på komplexa utmaningar i den spanska vinindustrin kopplade till arbetsvillkor för säsongarbetare inklusive migrantarbetare som är en särskilt sårbar målgrupp, samt vinodlares ekonomiska situation bl.a. med anledning av ökande produktionskostnader. Samverkan mellan flera aktörer bedöms som avgörande för långsiktiga förbättringar. Metoden med arbetstagarrapportering utökas enligt plan, och rullades under våren 2026 ut till aktörer i Systembolagets nio största vinländer, vilka förutom Spanien är Chile, Australien, Frankrike, Italien, Portugal, Sydafrika, Tyskland och Argentina. USA är det tionde landet men har inte inkluderats i år p.g.a. pågående arbete med att följa upp hållbarhetsarbete i Kalifornien. Systembolaget har mottagit synpunkter rörande arbetstagarrapportering från en svensk branschförening och en europeisk branschorganisation, se vidare avsnitt 3.7.8.

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.²⁵ 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

²⁵ Verisk Maplecroft är ett globalt konsultföretag vars arbete inkluderar att analysera risker som påverkar investerare, bl.a. relaterade till hållbarhet.

de identifierade länderna, tillsammans med berörd inköpare. Samtalen och utbildningen har enligt Systembolaget varit uppskattade.

3.7.7 Systembolagets Hållbarhetsplattform²⁶

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 9 januari 2026 fanns 4 075 registrerade artiklar i Hållbarhetsplattformen. Av dessa var 3 258 stycken aktiva i Systembolagets sortiment. Av de 3 258 var 2 222 stycken helt kartlagda, dvs. de hade både en faktisk producent och minst en odlare registrerade. Antalet aktiva artiklar uppdateras dagligen.

Systembolaget lanserade i januari 2026 en ny modul i Hållbarhetsplattformen – Beverage Industry Assessment (BIA) – vilken tagits fram tillsammans med Vinmonopolet och Worldfavor. Modulen innehåller ett branschpassat frågepaket och en automatiserad bedömning av producenters och odlares hållbarhetsmognad på en femgradig skala. Syftet är att möjliggöra enhetlig och transparent rapportering av hållbarhetsdata, minska rapporteringsbördan, skapa en gemensam bild av hållbarhetsmognad och integrera resultatet i den löpande leverantörsdialogen.

I samband med lanseringen av den nya modulen har en av leverantörernas branschföreningar ställt frågor om hur införandet av BIA som kompletterande verktyg rimmar med de förenklingar och minskat tillämpningsområde som EU:s Omnibus-initiativ medför, framförallt i förhållande till EU-direktiven CSRD och CSDDD.²⁷ Systembolaget har gjort bedömningen att införandet av BIA inte står i strid med EU:s Omnibus-förenklingar.

Systembolaget har från en svensk branschförening och en europeisk branschorganisation mottagit synpunkter rörande rapporteringen av klimatdata via BIA, se vidare avsnitt 3.7.8.

3.7.8 Synpunkter till Systembolaget

Systembolaget har från en av leverantörernas svenska branschföreningar mottagit synpunkter som rör flera av de åtgärder Systembolaget infört eller planerar att införa i hållbarhetssyfte. Sammanfattningsvis menar branschföreningen att Systembolagets införande av rapportering av klimatdata, liksom hållbarhetsrapportering genom BIA och arbetstagarinvolvering, medför en betydande

²⁶ Hållbarhetsplattformen har beskrivits i Konkurrensverkets tidigare rapporter, se t.ex. rapporten i december 2020.

²⁷ CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) är ett direktiv som ska säkerställa att företag rapporterar effekten av verksamhetens sociala och miljömässiga aktiviteter. CSDDD (Corporate Sustainability Due Diligence Directive) syftar till att företag ska ta ansvar för miljö och mänskliga rättigheter, inte bara i sin egen verksamhet utan även i värdekedjan.

administrativ belastning i värdekedjan och riskerar att ge upphov till handels hinder. Branschföreningen efterfrågar en bättre dialog med Systembolaget kring lösningar som är realistiska, genomförbara och proportionerliga.

Systembolaget har också mottagit synpunkter från en europeisk branschorganisation. Synpunkterna är i stora delar i linje med de synpunkter som den svenska branschföreningen förmedlat, där huvudpunkterna kan summeras enligt följande.

Branschorganisationen menar att Systembolagets hållbarhetsarbete, i synnerhet gällande rapportering av klimatdata, hållbarhetsrapportering via BIA och arbetstagarinvolvering, medför en betydande administrativ belastning för producenter och särskilt druvodlare, vilket skapar en komplex och resurskrävande situation vad gäller regelefterlevnad. I förhållande till klimatdata menar branschorganisationen att användningen av en enskild leverantör för insamlingen av sådan data skapar systemberoenden och begränsar flexibiliteten, samt att bl.a. datakvaliteten och avsaknaden av tredjepartsgranskningar inte uppfyller EU:s minimikrav för att tillhandahålla produkters miljöinformation. Branschorganisationen menar också att klimatdataarbetet inom ramen för Systembolagets monopolverksamhet kan ifrågasättas utifrån ett proportionalitetsperspektiv.

Vidare menar branschorganisationen att de synpunkter den lyfter har stöd i EU-lagstiftningen med hänvisning till artikel 34 (TFEU) vilken förbjuder åtgärder som hindrar marknadstillträde, artikel 18 (TFEU) vilken förbjuder diskriminering samt att Systembolaget måste undvika snedvridande konkurrens enligt artikel 106 (TFEU).

Branschorganisationen hänvisar även till utvecklingen på EU-nivå (policy- och lagstiftningsmässigt) som stöd för sina synpunkter och lyfter fram Omnibus I och II-paketet samt direktivet om stärkt konsumentmakt (*Consumer Empowerment Directive*) som organisationen menar visar på ett skifte mot harmoniserad, proportionerlig och evidensbaserad regulatorisk strategi.

Systembolaget uppger att dess ambition är att hållbarhetsarbetet ska ske i nära dialog med leverantörerna och branschföreningarna. Med anledning av synpunkterna kommer Systembolaget att intensifiera dialogen med de leverantörer som uttrycker oro över Systembolagets hållbarhetsåtgärder, med målet att hitta lösningar som uppfyller syftet med åtgärderna men som upplevs som hanterbara av leverantörerna och förenliga med tillämplig lagstiftning. Systembolaget kommer även att ha en fortsatt dialog med branschorganisationerna med ambitionen att hitta en gemensam syn på det fortsatta arbetet.

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

4.1 Inga klagomål till Konkurrensverket

Inkomna klagomål gällande Systembolaget kommuniceras i stort sett alltid med Systembolaget, som då får tillfälle att yttra sig.

Under 2025 behandlades ett antal klagomål på Systembolaget av Konkurrensverket. Redogörelser för dessa ärenden finns i Konkurrensverkets rapport från december 2025. Sedan dess har inga klagomål på Systembolaget inkommit till verket.

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 2025 registrerade nämnden 20 inkomna överklaganden. Beslut fattades i 19 ärenden under perioden.

I tre fall avslög nämnden överklagandet med motiveringen att den aktuella offerten inte var korrekt och fullständigt ifylld. I ett fall avslögs överklagandet med motiveringen att det inte framkommit något som tyder på att Systembolaget vid granskningen skulle ha frångått de rutiner som Systembolaget har utarbetat avseende inköpsprocessen för Tillfälligt Sortiment Volym eller att det skulle ha tagits ovidkommande hänsyn eller förekommit andra fel vid granskningen. I ett fall avvisade nämnden överklagandet med motiveringen att klagandens talan faller utanför nämndens överprövningsrätt. I fyra fall avskrev nämnden överklagandet sedan den klagande återkallat det.

I tio fall, som rörde offerter från en och samma leverantör och samma offertförfrågan, biföll nämnden överklagandena med motiveringen att Systembolaget vid urvalsprocessen brustit i att objektivt och transparent bedöma produkternas kvalitet. Av nämndens beslut framgår sammanfattningsvis följande.

Systembolaget hade avvisat tio offererade produkter från bolagets fasta sortiment p.g.a. att produkterna, mot bakgrund av kvalitet och pris, inte bedömts vara konkurrenskraftiga i förhållande till övriga offererade produkter. Samtliga aktuella produkter hade vid Systembolagets granskning bedömts uppfylla de formella kraven i offertförfrågan. Systembolaget hade avvisat fyra av offerterna eftersom de inte uppfyllde kravet på efterfrågad ölstil. Systembolaget hade dock inte utrett vilken ölstil dessa produkter faktiskt har. I stället hade avvisningsbeslut fattats utifrån antaganden baserade på produkternas namn som indikerade andra ölstilar än efterfrågad ölstil.

Offerterna avseende de övriga sex produkterna hade avvisats då det inte gick att utläsa någon specifik stil utifrån namnet och p.g.a. att produkterna antogs vara

snarlika. Systembolaget hade i stället valt ut en annan produkt från samma leverantör som, utifrån alkoholhalten, bedömdes bäst motsvara efterfrågad stil. Då offerterna hade samma försäljningspris bedömde Systembolaget att den produkt som hade högst alkoholhalt utgjorde ett bättre kunderbudande. Eftersom det inte fanns något krav i offertförfrågan på att en specifik stil skulle gå att utläsa ur produktnamnet kan offerterna, enligt nämnden, inte avvisas på en sådan grund. Inte heller hade det i offertförfrågan uppställts något villkor att offererade produkter inte fick vara snarlika. Därtill anser nämnden att Systembolagets bedömning att produkterna skulle vara snarlika var baserad enbart på ett antagande utifrån en begränsad möjlighet för ett enskilt bryggeri att producera distinkt olika öl av den efterfrågade stilen. Vidare är det, enligt nämndens mening, inte rimligt att – i fråga om produkter som uppfyller de formella kraven – basera en bedömning av produktens kvalitet enbart på alkoholhalten, även med beaktande av att alkoholen fungerar som smakbärare.

Alkoholsortimentsnämndens beslut kan inte överklagas.

Efter Alkoholsortimentsnämndens beslut i de tio ärendena begärde Systembolaget, för de tio artiklar som avvisats, in offertprover som provades. En av artiklarna fick bättre resultat än den artikel som kommit etta i "upphandlingen", och lanserades utöver den ursprungliga ettan. De andra nio fick inte bättre resultat än ettan vid provningen och lanserades därför inte. Det var således inte fråga om en helt ny "upphandling", utan provning av de artiklar för vilka nämnden biföll överklagandet i förhållande till den artikel som hade kommit etta i den ursprungliga offertprovningen.

5 Gårdsförsäljning, privat e-handel m.m.

5.1 Gårdsförsäljning

Gårdsförsäljning, dvs. försäljning av starköl, vin, spritdrycker och andra jästa alkoholdrycker (t.ex. cider) direkt från tillverkarens försäljningsställe till konsument, har under flera år debatterats och utretts. Debatten har i stor utsträckning rört förenligheten med EU-rätten och särskilt reglerna om detaljhandelsmonopolet. Motståndare till gårdsförsäljning har främst anfört att ett tillåtande av gårdsförsäljning kan hota detaljhandelsmonopolets existens, vilket skulle stå i strid med regeringens intentioner. I direktiven till den utredning som fick i uppdrag att analysera om gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker kunde införas, angavs som en av förutsättningarna för uppdraget att Systembolagets monopol skulle säkras.²⁸ Förespråkare för gårdsförsäljning har anfört bl.a. att gårdsförsäljning kan skapa arbetstillfällen, bidra till en levande landsbygd och gynna turistnäringen.

Den 1 juni 2025 blev gårdsförsäljning tillåten under en prövotid om sex år varefter en utvärdering ska göras innan det avgörs om prövotiden ska förlängas, om gårdsförsäljning ska tillåtas permanent eller om reformen ska slopas. Folkhälsomyndigheten har fått i uppdrag att göra utvärderingen.²⁹ Regeringen har även gett i uppdrag åt Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (Tillväxtanalys) att utvärdera reformen ur ett turism-, närings- och landsbygdsperspektiv. Tillväxtanalys ska särskilt granska hur gårdsförsäljningen har påverkat småskaliga producenter och regional tillväxt.³⁰ Uppdraget kompletterar Folkhälsomyndighetens uppdrag.

För att få bedriva gårdsförsäljning av alkoholdrycker krävs att man har tillstånd från kommunen. 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, samt 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 varefter en ny ansökan kan göras.

Gårdsförsäljning kan tillåtas för företag som årligen producerar högst 75 000 liter spritdrycker, 200 000 liter jästa drycker med en alkoholhalt överstigande 10 procent (t.ex. vin), och 400 000 liter jästa drycker med upp till 10 procents alkoholhalt (t.ex. öl och cider). Den karaktärgivande delen av tillverkningen ska ske på tillverkningsstället, och tillverkare av vin ska dessutom producera vinet av druvor som uteslutande kommer från tillverkarens egna odlingar. Gårdsförsäljningsföretag

²⁸ Dir. 2020:118.

²⁹ Prop. 2024/25:86 s. 23.

³⁰ Regeringsbeslut 2026-05-13 KN2026/01070.

måste vara juridiskt och ekonomiskt oberoende av andra tillverkare av alkoholdrycker. Försäljning till konsument ska ske på plats, och får äga rum endast i samband med ett kunskapshöjande besöksarrangemang som anordnas av tillverkaren och är kostnadsbelagt. I samband med arrangemanget ska information lämnas om alkoholens skadeverkningar. Utgångspunkten är att försäljning får ske alla dagar mellan klockan 10.00 och 20.00. Den kommun som har meddelat tillstånd får dock begränsa under vilka dagar och tider försäljning får ske. Varje konsument får köpa maximalt 0,7 liter spritdryck och tre liter vardera av vin, starköl och andra jästa drycker vid ett besökstillfälle. Man måste ha fyllt 20 år för att få nyttja gårdsförsäljning.

Enligt statistik från Folkhälsomyndigheten hade 178 aktörer beviljats tillstånd att bedriva gårdsförsäljning per den 30 april 2026.³¹ Skåne är det län som har flest aktörer, totalt 41 stycken. Västra Götaland har 25 stycken. Det län som har minst antal är Västmanland, där två aktörer hittills beviljats tillstånd. I Stockholms stad har fyra gårdsförsäljningsaktörer beviljats tillstånd. Motsvarande siffror för Göteborgs stad och Malmö stad är två respektive tre. Vissa gårdsförsäljare har tillstånd för mer än en sorts alkoholdryck. Av de 178 aktörerna har 90 stycken tillstånd för spritdrycker, 85 stycken för starköl, 43 stycken för vin och 55 stycken för andra jästa drycker.

En producent av alkoholdrycker som tillverkar mer än 75 000 liter spritdryck per år har fått avslag från kommunen på sin ansökan om att få bedriva gårdsförsäljning. Producenten menar att volymgränsen slår orättvist mot ett fåtal svenska producenter och därför är diskriminerande. Producenten har överklagat beslutet till förvaltningsrätten, som ännu inte tagit ställning i saken.³²

I den årliga frågeundersökning om alkoholkonsumtionen som administreras av CAN inom ramen för Monitormätningarna ställdes under andra halvåret 2025 frågor om köp via gårdsförsäljning. Enligt undersökningen uppgav 2,3 procent av samtliga svarande att de hade handlat alkohol genom gårdsförsäljning under de senaste 30 dagarna. De flesta av dessa hade köpt starköl (58 procent), följt av vin (34 procent), sprit (19 procent), och cider eller alkoholisk (11 procent). I åldersgruppen 20–29 år var andelen som nyttjat gårdsförsäljning klart högre än genomsnittet, ca fyra procent. Andelen i åldersgruppen 65–84 år var däremot mindre, strax under en procent. En klar majoritet (76 procent) av alla de som handlat via gårdsförsäljning hade även gjort inköp på Systembolaget under samma period. Svaren visade vidare att personer som handlar via gårdsförsäljning konsumerar mer alkohol än de som enbart handlar på Systembolaget och alkoholkonsumenter som helhet. CAN betonar dock att de redovisade uppgifterna bygger på de första beräkningarna av gårdsförsäljningens omfattning, och att det är av vikt att följa utvecklingen i takt

³¹ Listan bygger på uppgifter som kommunerna rapporterat in, och Folkhälsomyndigheten kan därför inte garantera att uppgifterna är helt uppdaterade.

³² Förvaltningsrätten i Härnösand, målnummer 5311–25.

med att andra beräkningar publiceras, för att få en så korrekt bild som möjligt av utvecklingen på området.³³

Reaktionerna bland svenska producenter av alkoholdrycker på tillåtandet av gårdsförsäljning har enligt uppgifter i media varit blandade. Vissa är överlag positiva och uppskattar att kunna möta sina kunder och dela med sig av sin passion för hantverket. Andra anser att kraven för att få tillstånd är alltför omfattande, att regelverket är krångligt och kostnaderna för höga vilket sammantaget gör att det kan vara svårt att få lönsamhet i gårdsförsäljningsverksamheten. Vissa tillverkare är oroliga över att kravet på en kostnadsbelagd kunskapshöjande aktivitet i samband med gårdsförsäljningen ska avskräcka konsumenter från att nyttja gårdsförsäljningen fler gånger än en.

Systembolaget uppger att det är svårt att koppla de förändringar som skett i Systembolagets försäljning till införandet av gårdsförsäljningen. Försäljningen i TSLs, dvs. sortimentet med lokalt och småskaligt producerat öl, vin och sprit, ökade totalt under 2025 med 0,9 procent. Det var primärt öl som stod för ökningen medan vin och sprit minskade. Minskningen för vin var 11 procent. Volymerna är dock så små så att det enligt Systembolaget är svårt att avgöra om minskningen beror på slutsålda volymer hos producenter som även bedriver gårdsförsäljning eller på variationer mellan årgångar.

Hittills under 2026 syns en positiv försäljningsutveckling för TSLs. Försäljningen i januari och februari ökade med 7,5 procent. Även i mars ökade försäljningen men där finns en betydande kalendereffekt med anledning av påsken. Enligt Systembolaget är det för tidigt att dra några slutsatser om ifall utvecklingen kommer att hålla i sig och om den beror på att gårdsförsäljningen ökat kännedomen om lokalt och hantverksmässigt tillverkade produkter.

I en dom från Förvaltningsrätten i Stockholm i maj 2026 upphävdes ett beslut fattat av kommunfullmäktige i Stockholms stad om att anta riktlinjer ”*Avgift enligt alkohollagen samt försäljningstider för gårdsförsäljning*”.³⁴ Av nämnda beslut framgick att gårdsförsäljningstillstånd i Stockholms stad kunde beviljas med försäljningstider helgfria vardagar klockan 10.00–20.00 samt helgfria lördagar klockan 10.00–15.00. I sitt överklagande av beslutet anförde klagandena att kommunen enligt alkohollagen får begränsa försäljningstiderna för gårdsförsäljning endast efter en prövning i det enskilda fallet, och att kommunfullmäktiges beslut innebar en generell och på förhand bestämd inskränkning av de försäljningstider som regleras i alkohollagen.

Staden anförde i yttrande att man genom beslutet ämnade säkerställa en förutsebarhet i lagtillämpningen och att en prövning av försäljningstiderna kommer att

³³ Trolldal B, Ramstedt M (2026). Gårdsförsäljning i Sverige – vem är köparen? Kortfakta 09. Stockholm: CAN – Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning.

³⁴ Förvaltningsrätten i Stockholms dom 2026-05-22 i mål nr 10986-25.

göras i varje enskilt ansökningsärende inom ramen för de beslutade försäljningstiderna.

Förvaltningsrätten konstaterade att Stockholms stad genom det överklagade beslutet hade fastställt riktlinjer som generellt begränsade försäljningstiderna för gårdsförsäljning inom kommunen till ett snävare tidsspann än de i alkohollagen angivna tiderna. Enligt Förvaltningsrätten framgår det tydligt av alkohollagen och förarbetena att en kommuns begränsningar av försäljningstiderna får ske endast efter en individuell prövning av en tillståndsansökan. Förvaltningsrätten fann att kommunfullmäktiges beslut hade fattats i strid med 13 kap. 8 § första stycket punkten 4 kommunallagen, och ska upphävas.

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.³⁵

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.³⁶

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.³⁷ 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 2022,³⁸ vilken fastställdes av Högsta domstolen sommaren 2023,³⁹ slog Patent- och marknadsöverdomstolen fast att Winefinders försäljning online med leverans av alkoholdrycker till konsumenter i Sverige inte stred mot alkohollagen, vilket Systembolaget hade hävdat.⁴⁰

³⁵ Bestämmelsen finns även i nuvarande alkohollag.

³⁶ "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).

³⁷ Konkurrensverkets rapport i juni 2023, s. 29–33, och Konkurrensverkets rapport i december 2023, s. 33–35.

³⁸ Patent- och marknadsöverdomstolens dom 2022-06-14 i mål nr PMT 13055–20.

³⁹ Högsta domstolens dom 2023-07-07 i mål nr T 4709–22.

⁴⁰ 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 alkohollagen, rörande privat e-handel.⁴¹ 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 anförts att det behöver utredas ytterligare om ett sådant främjandeförbud riskerar att leda till att inhemska producenter diskrimineras och får konkurrensnackdelar gentemot utländska alkoholdrycksproducenter.⁴²

5.3 Sänkt alkoholskatt – öl från oberoende småbryggerier

I februari 2025 röstade riksdagen ja till förslaget om sänkt alkoholskatt för öl från små oberoende bryggerier. Lagändringarna trädde i kraft den 1 juli 2025. 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, räknas de som ett enda oberoende småbryggeri förutsatt att deras totala årsproduktion inte överstiger tre miljoner liter öl per år. De producenter som omfattas av nedsättning av alkoholskatten delas in i fem olika kategorier utifrån årsproduktionen. Kategorierna och skattenedsättningen ser 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.

⁴¹ Betänkandet "En trygg uppväxt utan nikotin, alkohol och lustgas" (SOU 2024:23).

⁴² 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.

Konkurrensverket har tidigare yttrat sig över en promemoria från Finansdepartementet rörande förslaget om alkoholskattesänkningen.⁴³ 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 annat öl. Enligt promemorian bedöms förslaget inte heller nämnvärt påverka totalkonsumtionen av alkohol och därmed inte folkhälsan. Konkurrensverket hade inga invändningar mot förslagen i promemorian.

5.4 Sänkt alkoholskatt – andra alkoholvaror än öl från oberoende småproducenter

I maj 2026 sa riksdagen ja till ett förslag om nedsatt alkoholskatt för andra alkoholvaror än öl, från oberoende småproducenter.⁴⁴ För att omfattas av nedsättningen får producentens årsproduktion uppgå till som mest 100 000 liter vin, 1,5 miljoner liter andra jästa drycker (exempelvis cider), 25 000 liter mellanklassprodukter (exempelvis portvin) eller 1 000 liter ren alkohol för etylalkohol (sprit).

Producenterna som omfattas av nedsättningen delas in i fem olika kategorier utifrån sin årsproduktion. Alkoholvaror från producenter i kategorin med lägst produktion får en skattenedsättning med 50 procent. Nedsättningen minskar sedan stegvis med 10 procentenheter per kategori. Nedsättningen gäller enbart alkoholvaror från producenter som är juridiskt och ekonomiskt oberoende från andra producenter av samma kategori alkoholvaror och dessutom inte tillverkar på licens.

För andra alkoholvaror än etylalkohol krävs även att producenten måste använda lokaler som är fysiskt skilda från andra producenter av samma kategori alkoholvaror. Om två eller fler småproducenter av någon annan alkoholvara än etylalkohol samarbetar räknas de som en oberoende liten producent, så länge inte deras totala produktion överstiger maxnivåerna. Nedsättningen gäller inte om beskattningsmyndigheten visar att tillverkningen har skett i strid med lagstiftningen i det land där tillverkningen skedde.

För andra jästa drycker gäller nedsättningen endast drycker som har framställts genom jäsning av frukter, bär, grönsaker, honung löst i vatten, eller genom jäsning av färsk eller koncentrerad juice som framställts av de ovan nämnda varorna. Vid produktionen får alkohol tillsättas endast i sådan dos som är absolut nödvändig för att späda ut eller upplösa aromer. Tillsatsen av alkohol får inte medföra att

⁴³ Fi2024/01482. Konkurrensverkets ärende dnr 520/2024.

⁴⁴ Skatteutskottets betänkande 2025/26:SkU28.

alkoholhalten ökar med mer än 1,2 volymprocent eller att produktens karaktär avsevärt förändras.

Ändringarna träder i kraft den 1 juli 2026.

5.5 Avskaffande av krav på matservering och eget kök vid servering av alkohol

Riksdagen röstade i maj 2026 ja till en ändring i alkohollagen som innebär att kravet på att serveringsställen måste ha ett eget kök i anslutning till serveringslokalen, samt tillhandahålla lagad eller på annat sätt tillredd mat, slopas.⁴⁵ Även kravet att serveringsställen ska erbjuda ett utifrån storleken på serveringsstället lämpligt antal sittplatser för matservering slopas. Vidare tas kravet på att ha ett eget kök för tillredning av mat vid cateringverksamhet bort, och vissa förtydliganden görs avseende lokalbegreppet i alkohollagen. De beslutade ändringarna i alkohollagen trädde i kraft den 1 juni 2026.

Grundförutsättningarna för att beviljas ett serveringstillstånd är desamma som förut. Kraven på att den sökande ska vara minst 20 år, vara personligt och ekonomiskt lämplig samt ha tillräckliga kunskaper om alkohollagen kvarstår därmed. Vidare ska serveringsställen fortsatt säkerställa att alkoholkonsumtion kan ske under ordnade former och med god överblickbarhet och kontroll. Dessa krav gäller all servering, även på inrättningar som har en tydligare inriktning mot dryckesservering.

⁴⁵ Prop. 2025/26:221. FR 2025–17 (Tillväxtverket). Konkurrensverkets ärende dnr 816/2025.

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). Sedan den 1 juni 2025 ingår gårdsförsäljning i den registrerade delen. Statistik över denna försäljning har inte varit tillgänglig vid tidpunkten för publiceringen av CAN:s preliminära siffror. CAN bedömer dock att gårdsförsäljningen är relativt liten, och att den därför inte torde påverka den övergripande bilden av en fortsatt minskning av totalkonsumtionen under 2025.

Skattningarna av den oregistrerade alkoholen görs med hjälp av frågeundersökningar riktade till ett representativt urval av befolkningen, totalt ca 18 000 personer per år. Dessa personer blir intervjuade per telefon om sina alkoholinköp de senaste 30 dagarna. Som ett komplement erbjuds respondenter med mobiltelefon att besvara frågorna via ett digitalt formulär.

6.1.1 Den totala alkoholkonsumtionen⁴⁶

Under 2025 konsumerades, enligt preliminära siffror från CAN, i genomsnitt 8,2 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Det var en minskning med 2,6 procent jämfört med 2024. Jämfört med 2019 var det en minskning med 8,9 procent. Den registrerade delen av försäljningen uppgick till ungefär 88 procent av den totala konsumtionen 2025, vilket kan jämföras med ca 87 procent 2024. Systembolagets andel av den totala konsumtionen av alkoholdrycker 2025 uppgick till ca 72 procent, samma andel som under 2024. År 2019 var Systembolagets andel ca 65 procent. Den totala konsumtionen av alkoholdrycker i Sverige under åren 2023, 2024 och 2025 fördelades enligt CAN på olika kanaler enligt följande.⁴⁷

Försäljningskanal	Andel 2023	Andel 2024	Andel 2025
Systembolaget	71%	72%	72%
Restauranger	11%	11%	12%
Folköl	4%	4%	4%
Resandeförsel	7%	7%	7%
Köp av smugglad alkohol	2%	2%	1%
Hemtillverkning	3%	2%	2%
Internet	2%	1%	2%
SUMMA	100%	100%	100%

⁴⁶ Källa: *Alkoholkonsumtionen 2025 – preliminära uppgifter från Monitormätningarna* (CAN, mars 2026).

⁴⁷ Uppgifterna är baserade på konsumtion omräknad till liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre.

6.1.2 E-handeln med alkoholdrycker

CAN:s beräkningar ger vid handen att e-handelns 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.⁴⁸

År	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Volym	0,12	0,12	0,11	0,11	0,16	0,20	0,17	0,17	0,12	0,20
Andel	1,1%	1,3%	1,3%	1,2%	1,2%	2,0%	2,2%	2,0%	1,4%	2,0%

Som framgår av ovanstående tabell, har e-handelns volym respektive andel varierat mellan ca 1,1 och ca 2,2 procent de senaste tio åren.

⁴⁸ Källa: *Alkoholkonsumtionen 2025 – preliminära uppgifter från Monitormätningarna* (CAN, mars 2026). 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