

Alkoholkonsumtionen i Sverige 2001–2024

CAN Rapport 236

Björn Trolldal
Rebecca Åkerblad





Förord

Monitormätningarnas huvudsyfte är att beräkna den totala alkohol- och tobakskonsumtionen i Sverige, där både registrerade och oregistrerade källor inkluderas i beräkningarna. Mätningarna startades i juni år 2000 och har sedan dess pågått kontinuerligt. Drygt 440 000 personer har deltagit i mätningarna sedan starten. CAN har varit ansvariga för Monitormätningarna sedan 2013. Den delen av Monitormätningarna som rör alkohol finansieras av Systembolaget.

I den här rapporten presenteras aktuella beräkningar av den totala alkoholskaffningen och de olika registrerade och oregistrerade delmängderna till och med 2024. Beräkningarna redovisas för hela den aktuella perioden 2001–2024, men med fokus på förändringarna under 2024 jämfört med 2023. Dessutom redovisas förändringar mellan åren 2024 och 2019.

Rapporten har författats av Björn Trolldal och Rebecca Åkerblad. Björn har varit huvudansvarig och skrivit större delen av rapporten. Rebecca har framför allt skrivit avsnittet om köp av alkohol online. Även Julia Ekberg, Tony Nilsson och Martina Zetterqvist har på olika sätt bidragit till rapporten. Ida Ömalm Ronvall har språkgranskat och korrekturläst.

CAN vill passa på att tacka alla som har medverkat i Monitormätningarnas frågeundersökning eller som på annat sätt har bidragit till mätningarnas genomförande under åren.

CAN är ett nationellt kompetenscentrum som tar fram och sprider kunskap om alkohol, narkotika, dopning, tobak och spel om pengar. Vi följer konsumtions- och skadeutvecklingen genom undersökningar och forskning. Myndigheter och organisationer använder kunskap från CAN som underlag för beslut och insatser. Vi är en del av civilsamhället och i vår styrelse finns representanter för våra medlemsorganisationer. Där finns även olika myndigheter representerade.

Stockholm, oktober 2025

Charlotta Rehnman

Direktör CAN



Innehåll

Sammanfattning.....	4
Summary.....	11
Inledning.....	17
Resultat.....	22
Inledning	22
Registrerad, oregistrerad och total alkoholskaffning	22
De olika anskaffningskällornas andelar av respektive dryck	30
Dryckernas andelar av respektive anskaffningskälla	32
Registrerad och oregistrerad anskaffning av respektive dryck	34
De olika dryckernas andelar av den totala anskaffningen	39
Typ av dryck och anskaffningskälla	40
Utländska besökares köp i Sverige och svenskars konsumtion utomlands	42
Norsk gränshandel med alkohol i Sverige	44
Avslutande sammanfattning.....	48
Referenser	49
Bilaga 1: Material och metod	53
Bilaga 2: Köp av alkohol online 2022-2024	69
Tabellbilaga i excel på can.se	

Citera gärna publikationen som:

Trolldal B. & Åkerblad R. Alkoholkonsumtionen i Sverige 2001–2024, Stockholm: Centraförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN); 2025. Rapport 236.

Centraförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning, CAN

ISBN 978-91-7278-379-9
urn urn:nbn:se:can-2025-7



Sammanfattning

I Monitormätningarna summeras den registrerade delen av alkoholanskaffningen med den oregistrerade delen för att på det sättet skapa en helhetsbild av den totala konsumtionen i landet. Den registrerade delen omfattar all alkohol som säljs via de registrerade försäljningskanalerna Systembolaget, restauranger och livsmedelsbutiker.

Den oregistrerade delen består av alkohol som tas in i landet i samband med resor, hemtillverkning, köp av smugglad alkohol samt köp via internet. Systembolagets försäljning online ingår dock i den registrerade försäljningen.

För att kartlägga den oregistrerade delen av alkoholkonsumtionen genomförs frågeundersökningar riktade till ett representativt urval av befolkningen i åldrarna 17–84 år. Sedan årsskiftet 2019/2020 har alla som ingår i urvalet och har en mobiltelefon möjlighet att besvara enkäten via ett digitalt formulär, tillgängligt via en sms-länk. De som inte besvarar enkäten digitalt kontaktas i stället via telefon för en intervju. Detta gäller av naturliga skäl även personer som enbart har fast telefoni.

I den här rapporten presenteras aktuella beräkningar av den totala alkoholanskaffningen samt dess registrerade och oregistrerade delar fram till och med 2024. Tyngdpunkten ligger på uppgifter för den senaste tioårsperioden 2015–2024, som är indelad i två delperioder. Den första delperioden omfattar åren 2015–2019a och bygger på den tidigare metodiken, medan den andra omfattar åren 2019b–2024 och baseras på den nya metodiken.

I rapporten redovisas även förändringar i anskaffningen av de olika delmängderna under 2024 jämfört med 2023. Anskaffningen anges i, eller är baserad på, liter ren (100 %) alkohol per invånare 15 år och äldre.

Den totala alkoholkonsumtionen 2024

Sammanfattningsvis kan konstateras att den totala konsumtionen minskade med 2,2 procent under 2024 jämfört med 2023. Under 2024 uppgick konsumtionen till 8,40 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Jämfört med 2019 motsvarar detta en minskning med 6,5 procent.

Den registrerade försäljningen minskade med 0,8 procent under 2024 jämfört med 2023. Jämfört med 2019 har den registrerade delen däremot ökat med 2,6 procent.



Den oregistrerade konsumtionen sjönk med 10,9 procent under 2024 jämfört med 2023. Jämfört med 2019 har den oregistrerade delen minskat med 42,1 procent. Både resandeförseln och köp av smugglad alkohol var lägre under 2024 jämfört med 2019.

År 2024 utgjorde den registrerade andelen av den totala konsumtionen 87,3 procent, medan den oregistrerade andelen uppgick till 12,7 procent, se tabell 1.

Folkhälsomyndigheten har reviderat uppgifterna om restaurangförsäljningen för 2023. Revideringen innebär att försäljningen på restauranger justerades ned från 1,00 till 0,95 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Detta medför att både den totala konsumtionen och den registrerade delen har minskat i motsvarande grad jämfört med tidigare publicerade uppgifter. Dessutom har den oregistrerade delen justerats ner med knappt 0,5 centiliter för 2023. Detta innebär sammantaget att de tidigare publicerade uppgifterna om den totala konsumtionen 2023 har ändrats från 8,64 liter till 8,58 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre.

Tabell 1. Den totala konsumtionen i ren alkohol per invånare 15 år och äldre, samt andelarna registrerad och oregistrerad konsumtion åren 2019, 2023 och 2024.

	2019	2023	2024	Förändring	
				2019–2024	2023–2024
Totalt	8,98	8,58	8,40	-6,5 %	-2,2 %
Andelen registrerad	79,5 %	86,1 %	87,3 %	+7,8 procentenheter	+1,2 procentenheter
Andel oregistrerad	20,5 %	13,9 %	12,7 %	-7,8 procentenheter	-1,2 procentenheter

De registrerade delarna av konsumtionen

De registrerade delarna under 2024 jämfört med 2023

- Under 2024 uppgick den registrerade delen av konsumtionen till 7,33 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Det är en minskning med 0,8 procent jämfört med 2023.
- Både Systembolagets försäljning och försäljningen av folköl minskade något, medan restaurangförsäljningen ökade marginellt.
- Systembolagets försäljning minskade med 0,7 procent och försäljningen av folköl med 4,2 procent under 2024 jämfört med 2023. Restaurangförsäljningen ökade däremot med 0,3 procent.



De registrerade delarna under 2024 jämfört med 2019

- Under 2024 var den registrerade konsumtionen 2,6 procent högre jämfört med 2019, mätt i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre.
- Denna ökning berodde på att försäljningen både på Systembolaget restauranger steg. Jämfört med 2019 steg Systembolagets försäljning med 3,8 procent medan restaurangförsäljningen ökade med 5,6 procent.
- Däremot var försäljningen av folköl drygt 20 procent lägre under 2024 jämfört med 2019.

De oregistrerade delarna av konsumtionen

De oregistrerade delarna under 2024 jämfört med 2023

- Under 2024 uppgick den oregistrerade delen av konsumtionen till 1,07 liter ren alkohol per invånare (15 år och äldre), vilket motsvarar en minskning med 10,9 procent jämfört med 2023.
- Samtliga oregistrerade delmängder minskade under 2024 jämfört med 2023.
- Resandeförseln minskade med 0,7 procent och köp av smugglad alkohol med 25,2 procent. Internetköpen minskade med 28,4 procent. Systembolagets försäljning online ingår dock i Systembolagets registrerade försäljning.
- Den hemtillverkad alkoholen minskade med 14,4 procent.

De oregistrerade delarna under 2024 jämfört med 2019

- Konsumtionen av de oregistrerade delmängderna var 42,1 procent lägre 2024 jämfört med 2019.
- Den lägre nivån beror både på minskad resandeförsel och mindre köp av smugglad alkohol. Resandeförseln var 41,0 procent lägre och köp av smugglad alkohol 73,4 procent lägre 2024 jämfört med 2019.
- Både köp via internet och hemtillverkning ökade under perioden 2019–2024, men från låga nivåer.
- Köp via internet ökade med 4,5 procent och hemtillverkning med 13,4 procent.



De olika källornas andelar av den totala konsumtionen

De olika källornas andelar under 2024 jämfört med 2023

- Vissa förändringar skedde i de olika källornas andelar av totalkonsumtionen 2024 jämfört med 2023, se tabell 2.
- Systembolagets andel uppgick till 72,0 procent, vilket är en ökning med 1,0 procentenheter jämfört med 2023. Det är Systembolagets största andel av den totala konsumtionen sedan Monitormätningarna startade, bortsett från pandemiåren 2020 och 2021.
- Restaurangernas andel var 11,3 procent av den totala konsumtionen, en ökning med 0,3 procentenheter jämfört med 2023.
- Folkölsförsäljningen uppgick till 4,0 procent. Det är 0,1 procentenheter mindre jämfört med året innan.
- Resandeförselns andel var 7,3 procent. Det är en marginell ökning med 0,1 procentenheter.
- Hemtillverkningens andel var 2,4 procent under 2024. Det är en minskning med 0,3 procentenheter.
- Köp av smugglad alkohol uppgick till 1,6 procent, vilket är en minskning med 0,5 procentenheter.
- Andelen som bestod av köp via internet uppgick till 1,4 procent, vilket är en minskning med 0,5 procentenheter jämfört med 2023.

De olika källornas andelar, under 2024 jämfört med 2019

- Under dessa fem år skedde relativt stora förändringar i de olika källornas andelar av den totala konsumtionen. Framför allt ökade försäljningen på Systembolaget, medan resandeförseln och köp av smugglad alkohol minskade, se tabell 2.
- Systembolagets andel var 72,0 procent under 2024. Det är en ökning med 7,2 procentenheter jämfört med 2019.
- Även restaurangernas andel ökade, från 10,0 till 11,3 procent.
- Resandeförselns andel uppgick under 2024 till 7,3 procent, vilket är en minskning med 4,3 procentenheter.
- Andelen köp av smugglad alkohol var 1,6 procent under 2024, vilket är en minskning med 4,1 procentenheter.
- Folkölets andel minskade samtidigt som andelarna hemtillverkat och köp via internet var större 2024 jämfört med 2019.

Tabell 2. De olika källornas andelar av den totala konsumtionen åren 2019, 2023 och 2024, samt förändringar i procentenheter.

Källa	Förändring i procentenheter				
	2019	2023	2024	2019–2024	2023–2024
<u>Registrerade källor:</u>					
Systembolaget	64,8 %	71,0 %	72,0 %	+7,2	+1,0
Restauranger	10,0 %	11,0 %	11,3 %	+1,3	+0,3
Folkölsförsäljning	4,7 %	4,1 %	4,0 %	-0,7	-0,1
<u>Oregistrerade källor:</u>					
Resandeförsäl	11,6 %	7,2 %	7,3 %	-4,3	+0,1
Hemtillverkning	2,0 %	2,7 %	2,4 %	+0,4	-0,3
Köp av smugglad alkohol	5,7 %	2,1 %	1,6 %	-4,1	-0,5
Köp via internet *	1,2 %	1,9 %	1,4 %	+0,1	-0,5

* Systembolagets försäljning online ingår i Systembolagets registrerade försäljning

Förändringar i konsumtionen av olika dryckeskategorier

De olika dryckeskategoriernas andelar under 2024

- År 2024 uppgick andelen vin till 43,2 procent av den totala konsumtionen, följt av starköl med 32,4 procent och spritdrycker med 18,3 procent. Folköl stod för 4,0 procent och cider för 2,1 procent, se tabell 3.
- Jämfört med 2023 ökade andelen starköl med 1,0 procentenheter samtidigt som vinets andel minskade med 0,6 procentenheter. Övriga förändringar var små.

De olika dryckeskategoriernas andelar under perioden 2019–2024

- Rangordningen av dryckeskategoriernas andelar var oförändrad under hela perioden 2019–2024. Vin var den mest konsumerade drycken och cider den minst konsumerade, se tabell 3.
- Däremot har andelarnas storlek varierat något under perioden. Under 2024 var de dock relativt lika nivåerna 2019. Vinets andel ökade med 0,9 procentenheter och folkölets andel minskade med 0,7. Övriga förändringar var marginella, se tabell 3.



Tabell 3. De olika dryckeskategoriernas andelar av den totala konsumtionen 2019, 2023 och 2024, samt förändringar i procentenheter.

Dryck	Förändring i procentenheter				
	2019	2023	2024	2019–2024	2023–2024
Vin	42,3 %	43,9 %	43,2 %	+0,9	-0,6
Starköl	32,5 %	31,4 %	32,4 %	-0,1	+1,0
Spritdrycker	18,6 %	18,4 %	18,3 %	-0,3	-0,1
Folköl	4,7 %	4,1 %	4,0 %	-0,7	-0,1
Cider	1,9 %	2,2 %	2,1 %	+0,2	-0,2

Dominerande drycker per källa under 2024

- Försäljningen av vin stod för 50,0 procent av Systembolagets försäljning och starköl för 30,7 procent, mätt i liter ren alkohol.
- Restaurangförsäljningen dominerades av starköl som stod för 56,8 procent av försäljningen, följt av vin med 29,7 procent.
- Sprit stod för 42,8 procent av resandeförseln och starköl för 29,5 procent.
- Både sprit och vin stod för 39,0 procent av hemtillverkningen.
- Vad gäller köp av smugglad alkohol var starköl störst med en andel på 64,8 procent.
- Inom internethandeln var vin störst, med en andel på 60,8 procent.

Norsk gränshandel i Sverige

Den norska gränshandeln i Sverige beräknades under 2024 uppgå till 3,6 procent av Systembolagets försäljning mätt i ren alkohol, vilket är i stort sett på samma nivå som 2022 och 2023. Gränshandeln verkar ha stabiliserats på en nivå som är högre än under pandemin, men lägre än åren före pandemin. Under 2024 var gränshandeln 26 procent lägre än 2019, året före pandemin, mätt i ren alkohol. Den norska gränshandeln i Sverige är dock betydligt större än den danska och finska.



Utländska besökares köp i Sverige och svenskars konsumtion utomlands

I rapporten hänvisas till två tidigare studier där omfattningen av utländska besökares köp av alkohol i Sverige, inklusive den norska gränshandeln, jämförts med uppskattningar av svenskars konsumtion utomlands. Resultaten visar att skillnaden mellan dessa två grupper var mycket liten, både under perioden 2017–2020 och under år 2022.

Några uppgifter om svenskars resande utomlands som kan användas i de här beräkningarna har ännu inte publicerats för 2024. Däremot finns två centrala variabler tillgängliga: nettot av svenskars utgifter i samband med resor utomlands och utländska besökares utgifter vid resor i Sverige. Därutöver har den norska gränshandeln med alkohol i Sverige för 2024 beräknats. Både dessa storheter låg på i stort sett samma nivå år 2024 som 2022. Detta talar för att resultaten från beräkningarna för 2022 med hög sannolikhet också gäller för 2024.

Slutsatsen av detta är att de i Monitormätningarna publicerade uppgifterna om den totala anskaffningen av alkohol i Sverige mycket väl kan användas som mått på svenskars totala konsumtion av alkohol oavsett var den äger rum.

Köp av alkohol online 2022-2024

I en specialstudie som ingår i den här rapporten har onlinemarknaden kartlagts, och alkoholkonsumtionen bland onlineköpare har jämförts med konsumtionen hos dem som handlar i Systembolagets fysiska butiker.

- Totalt identifierades 53 leverantörer i kartläggningen av distansförsäljning, och ungefär 94 procent av dem säljer vin. Fler män än kvinnor har handlat alkohol de senaste 30 dagarna, via samtliga inköpskanaler, under åren 2022–2024.
- Ett genomgående resultat som kommit fram är att alla grupper (kön, utbildningsnivå, åldersgrupp och regioner) till största andel har handlat alkohol i Systembolagets fysiska butiker. Andelen som har handlat via distansförsäljning är genomgående låg i alla grupper.
- Konsumtionsnivåerna samt intensivkonsumtionen av alkohol är högst bland de som har handlat via distansförsäljning. Den är minst bland de som har handlat i Systembolagets fysiska butiker.



Summary

In the Monitor survey, the total alcohol consumption in Sweden is calculated by adding up the registered and unregistered shares of consumption. The registered share consists of alcohol sold through the registered sales channels in Sweden: Systembolaget, restaurants and grocery shops.

The unregistered share consists of travellers' import, homemade alcohol, purchases of smuggled alcohol and online purchases. However, Systembolaget's online sales are included in the registered sales.

The unregistered share is mapped through questionnaire surveys aimed at a representative sample of the population aged 17–84 years. Since the turn of the year 2019/2020, everyone in the sample with a mobile phone has been given the option of answering the survey through a digital form linked in a text message. Those who do not respond to the survey in this way are called for a phone interview, in the same way as in the past. For obvious reasons, this also applies to those who only have landlines.

In this report, up-to-date calculations of total alcohol purchasing and the registered and unregistered subcategories, up to and including the year 2024, are presented. The report presents primarily data for the ten-year period 2015–2024, divided into two sub-periods. The first sub-period is from 2015 to 2019a and is based on the old method. The second sub-period encompasses the years 2019b to 2024 and is based on the new method. Changes in purchasing of the different subcategories in 2024 compared with the year before (2023) are also presented. Purchasing is presented in, or based on, litres of pure (100%) alcohol per inhabitant aged 15 years or above.

Total alcohol consumption 2024

In summary, it can be concluded that alcohol consumption decreased by 2.2% in 2024 compared with 2023. Consumption in 2024 was 8.40 litres of pure alcohol per inhabitant aged 15 years or above. Compared with 2019, consumption has decreased by 6.5%.

Registered sales decreased in 2024 compared with 2023. The decrease was 0.8%. However, compared with the figures for 2019, the registered share had increased by 2.6%.

The unregistered consumption decreased by 10.9% in 2024 compared with 2023. Compared with 2019, the unregistered share has decreased by 42.1%. Levels of both travellers' import and purchases of smuggled alcohol were lower in 2024 compared with 2019. The registered share of total consumption was 87.3% in 2024 and the unregistered share was 12.7%, see Table 1.



Table 1. Total consumption of pure alcohol per inhabitant aged 15 years or above and shares of registered and unregistered consumption for the years 2019, 2023 and 2024.

	Change				
	2019	2023	2024	2019–2024	2023–2024
Total (litres)	8.98	8.58	8.40	-6.5%	-2.2%
Share, registered	79.5%	86.1%	87.3%	+7.8 percentage points	+1.2 percentage points
Share, unregistered	20.5%	13.9%	12.7%	-7.8 percentage points	-1.2 percentage points

The registered shares of consumption

The registered shares in 2024 compared with 2023

- In 2024, the registered share of consumption totalled 7.33 litres of pure alcohol per inhabitant aged 15 years or older. This is a decrease by 0.8% in 2024 compared with 2023.
- Both Systembolaget's sales and the sales of light beer decreased. However, the sales in restaurants increased marginally.
- Systembolaget's sales decreased by 0.7% and the sales of light beer by 4.2% in 2024 compared with 2023. However, restaurant sales increased by 0.3%.
- The Public Health Agency of Sweden has revised the data on restaurant sales in 2023. The revision means that sales in restaurants were adjusted downwards from 1.00 to 0.95 litres of pure alcohol per inhabitant aged 15 years or older in that year. This means that both the total consumption and the registered share of consumption have decreased correspondingly, compared with previously published data.

The registered shares in 2024 compared with 2019

- In 2024, the registered consumption was 2.6% larger than in 2019, based on litres of pure alcohol per inhabitant aged 15 years or older.
- The increase was due to sales increasing at both Systembolaget and restaurants. Compared with 2019, Systembolaget increased its sales by 3.8% and restaurants by 5.6%.
- However, in 2024, sales of light beer were 20% lower than in 2019.



The unregistered shares of consumption

The unregistered shares in 2024 compared with 2023

- In 2024, the unregistered share of consumption was 1.07 litres of pure alcohol per inhabitant aged 15 years and older. This is a decrease by 10.9% compared with 2023.
- All unregistered subcategories decreased in 2024 compared with 2023.
- Travellers' import decreased by 0.7% and purchases of smuggled alcohol by 25.2%. Online purchases decreased by 28.4%. Systembolaget's online sales are included in Systembolaget's registered sales.
- The homemade alcohol decreased by 14.4%.

The unregistered shares in 2024 compared with 2019

- Consumption of the unregistered subcategories was 42.1% lower in 2024 compared with 2019.
- The lower levels are due to both less alcohol being imported by travellers' and less smuggled alcohol being purchased. Levels of travellers' import were 41.0% lower and purchases of smuggled alcohol were 73.4% lower in 2024 compared with 2019.
- Both online purchases and homemade alcohol increased in the period 2019–2024, but from low starting points.
- Online purchases increased by 4.5% and homemade alcohol by 13.4%.

The different sources' shares of total consumption

The different sources' shares in 2024 compared with 2023

- Some changes in the different sources' shares of total consumption had occurred in 2024 compared with 2023, see Table 2.
- Systembolaget's share was 72.0%. This is an increase by 1.0 percentage points compared with the year before. This is Systembolaget's largest share of total consumption since the Monitor surveys began, apart from the pandemic years 2020 and 2021.
- The share from restaurants was 11.3%, an increase by 0.3 percentage points compared with 2023.
- Sales of light beer were 4.0%. That is 0.1 percentage points lower than the year before.
- The share from travellers' import was 7.3%, a marginal increase by 0.1 percentage points.

- The share of homemade alcohol was 2.4% in 2024, which is a decrease by 0.3 percentage points.
- Purchases of smuggled alcohol were 1.6%, which is a decrease by 0.5 percentage points.
- The share consisting of online purchases was 1.4%, which was a decrease by 0.5 percentage points compared with 2023.

The different sources' shares in 2024 compared with 2019

- During this five-year period, some relatively large changes occurred in the different sources' shares of total consumption. These are mainly the increased sales at Systembolaget and the decrease in travellers' import and purchases of smuggled alcohol, see Table 2.
- In 2024, Systembolaget's share was 72.0%. This is an increase by 7.2 percentage points compared with 2019.
- The share from restaurants increased from 10.0% to 11.3%.
- The share from travellers' import was 7.3% in 2024, which is a decrease by 4.3 percentage points.
- The share of purchases of smuggled alcohol was 1.6% in 2024, which is a decrease by 4.1 percentage points.
- The share of light beer decreased, whereas the share of homemade alcohol and online purchases increased in 2024 compared with 2019.

Table 2. The different sources' shares of total consumption in the years 2019, 2023 and 2024, and changes in *percentage points*.

Source	Change in percentage points				
	2019	2023	2024	2019–2024	2023–2024
Systembolaget	64.8%	71.0%	72.0%	+7.2	+1.0
Restaurants	10.0%	11.0%	11.3%	+1.3	+0.3
Sales of light beer	4.7%	4.1%	4.0%	-0.7	-0.1
Travellers' import	11.6%	7.2%	7.3%	-4.3	+0.1
Homemade alcohol	2.0%	2.7%	2.4%	+0.4	-0.3
Purchases of smuggled alcohol	5.7%	2.1%	1.6%	-4.1	-0.5
Online purchases *	1.2%	1.9%	1.4%	+0.1	-0.5

* Systembolaget's online sales are not included



Changes in consumption of different beverage categories

The different beverage categories' shares in 2024

- In 2024, wine made up 43.2% of total consumption, followed by strong beer at 32.4% and spirits at 18.3%. Light beer made up 4.0% and cider 2.1% of consumption, see Table 3.
- Compared to 2023, the share of strong beer increased by 1.0 percentage point, while the share of wine decreased by 0.6 percentage points. Other changes were small.

The different beverage categories' shares during the period 2019–2024

- The ranking of the beverage categories was the same throughout the period 2019–2024. Wine was the most consumed beverage and cider the least, see Table 3.
- However, the size of the shares has varied slightly during the period but in 2024 they were relatively similar to the 2019 levels. The share of wine increased by 0.9 percentage points and light beer decreased by 0.7 percentage points. The changes for other beverages were marginal, see Table 3.

Table 3. The different beverage categories' shares of total consumption in the years 2019, 2023 and 2024, and changes in percentage points.

Beverage	Change in percentage points				
	2019	2023	2024	2019–2024	2023–2024
Wine	42.3%	43.9%	43.2%	+0.9	-0.6
Strong beer	32.5%	31.4%	32.4%	-0.1	+1.0
Spirits	18.6%	18.4%	18.3%	-0.3	-0.1
Light beer	4.7%	4.1%	4.0%	-0.7	-0.1
Cider	1.9%	2.2%	2.1%	+0.2	-0.2

Dominating beverages by source of acquisition in 2024

- Sales of wine made up 50.0% of Systembolaget's total sales and strong beer 30.7%, measured in litres of pure alcohol.
- Restaurant sales were dominated by strong beer, which made up 56.8% of sales, followed by wine at 29.7%.
- Spirits made up 42.8% of travellers' import and strong beer 29.5%.
- Both spirits and wine accounted for 39% of homemade alcohol.



- Regarding the purchase of smuggled alcohol, strong beer was the largest, with a share of 64.8%.
- Within online sales, wine was the largest with a share of 60.8%.

Norwegian border shopping in Sweden

In 2024, Norwegian border shopping in Sweden was estimated at 3.6% of Systembolaget's sales (measured in litres of pure alcohol), which is similar to the levels in 2022 and 2023. Border shopping appears to have stabilized at a level that is higher than under the pandemic, but lower than in the years before the pandemic. In 2024, border shopping was 26% lower than in 2019, the years before the pandemic measured in pure alcohol. However, Norwegian border shopping is significantly larger than that from Denmark and Finland.

Foreign visitors' purchases in Sweden and Swedes' consumption abroad

In this report, it was referred to two previous studies, in which the extent of foreign visitors' alcohol purchases in Sweden (including Norwegian border shopping) was compared with Swedes' consumption abroad. The results of these studies show that the difference between foreign visitors' purchases in Sweden and Swedes' consumption abroad is very small, both during the period 2017–2020 and in the year 2022. The conclusion of these studies is that the data published in the Monitor surveys regarding total acquisition of alcohol in Sweden can be used as a measure of Swedes' total consumption of alcohol regardless of where it occurs.

Online alcohol purchases 2022-2024

In the study of the online market, this market has been mapped, and the alcohol consumption of online buyers has been compared with those who shop at Systembolaget's physical stores.

- A total of 53 suppliers were identified in the study of distance sales, and about 94% of them sell wine. More men than women have bought alcohol through all purchasing channels in the last 30 days during the years 2022-2024.
- A consistent result from the study is that the largest share of all groups; gender, education level, age group and regions, bought alcohol at Systembolaget's physical stores. The share who bought alcohol through distance sales is consistently low across all groups.
- Alcohol consumption levels, as well as heavy episodic drinking, are highest among those who have purchased through distance sales. It is lowest among those who have bought from Systembolaget's physical stores.



Inledning

Bakgrund

I Monitormätningarna beräknas den totala alkoholkonsumtionen i Sverige genom att summera den registrerade och oregistrerade alkoholansaffningen. Den registrerade delen omfattar alkohol som säljs inom landet via Systembolaget, restauranger och livsmedelsbutiker. Den benämns "registrerad" eftersom försäljningen via dessa kanaler är statistikförd av Systembolaget, Folkhälsomyndigheten och Sveriges Bryggerier.

Den oregistrerade delen av konsumtionen utgörs av alkohol som förs in i landet i samband med resor, hemtillverkning, köp av smugglad alkohol och inköp via internet. Systembolagets onlineförsäljning ingår dock i Systembolagets registrerade försäljning. Eftersom den oregistrerade delen inte är statistikförd någonstans kartläggs den genom Monitormätningarnas löpande frågeundersökning. Varje år deltar över 18 000 personer i undersökningen. Sedan starten i juni 2000 har totalt drygt 440 000 personer medverkat.

I den här delen av Monitormätningarna beräknas konsumtionen av alkohol på anskaffningsplanet (köp, införsel och hemtillverkning) och inte på konsumtionsplanet. Över en längre tidsperiod är dock konsumtionen i princip densamma som anskaffningen. Begreppen anskaffning och konsumtion används därför synonymt i denna rapport.

Konsumtionen/ansaffningen anges i, eller är baserad på, liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. I resultatavsnittet redovisas ofta de olika delmängderna anskaffad alkohol per invånare 15 år och äldre med två decimaler. Syftet med detta är att kunna synliggöra förändringar av relativt små delmängder på ett bättre sätt, jämfört med om färre decimaler används. Denna exakthet bör dock tolkas med viss försiktighet. Detsamma gäller för procentuella förändringar, som ofta anges med en decimal.



Rapportens disposition

Rapporten inleds med en kort beskrivning av de datamaterial som används i Monitormätningarna. I resultatavsnittet presenteras de aktuella förändringarna i de olika registrerade och oregistrerade delmängderna samt hur konsumtionen för de olika dryckerna har utvecklats över tid. Det gäller i första hand förändringarna under de två senaste åren, det vill säga 2024 jämfört med 2023.

Rapporten har även ett särskilt fokus på förändringarna mellan åren 2019 och 2024. Under 2019 genomfördes en metodförändring i mätningarna, vilket gör att resultaten för perioden 2019–2024 är jämförbara. Samtidigt medförde metodförändringen ett mindre brott i tidsserien, vilket har försvårat jämförelser med år före 2019. Dessutom utgör 2019 det sista året före covid-19-pandemins utbrott, vilket möjliggör en beskrivning av hur konsumtionen har utvecklats efter pandemin ur olika perspektiv.

Resultatdelen avslutas med en kort redovisning av genomförda studier där beräkningar av mängden alkohol som svenskar konsumerar utomlands jämförs och utländska besökares köp av alkohol i Sverige. Dessutom presenteras uppgifter om den norska gränshandeln i Sverige för perioden 2016–2024.

Det finns tre bilagor till rapporten:

- Bilaga 1 innehåller en fördjupad beskrivning av de datamaterial och den metodik som används i Monitormätningarna.
- I bilaga 2 redovisas en kartläggning av onlinemarknaden och en studie av hur alkoholkonsumtionen ser ut bland de som köper alkohol online jämfört med övriga konsumenter.
- Tabellbilaga i excelformat på CAN:s hemsida som presenterar uppgifter för hela den aktuella perioden 2001–2024 (CAN, 2025).

Registrerad försäljning av alkoholdrycker

Den registrerade försäljningen i Sverige består av försäljning på Systembolaget och på restauranger, samt av folköl i livsmedelsbutiker. Uppgifterna om försäljningen på Systembolaget erhålls direkt från Systembolaget. Försäljning på restauranger baseras på partihandlarnas uppgifter som redovisas till Folkhälsomyndigheten.

Folkhälsomyndigheten har reviderat uppgifterna om restaurangförsäljningen för år 2023. Revideringen innebär att försäljning på restauranger sänktes från 1,00 liter till 0,95 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre det året. Detta betyder att både den totala konsumtionen och den registrerade delen har minskat i motsvarande grad jämfört med tidigare publicerade uppgifter.



Denna revidering innebär att den registrerade delen sänktes från 7,44 till 7,39 liter. Dessutom har den oregistrerade delen justerats ner med knappt 0,5 centiliter för 2023. Detta innebär sammantaget att de tidigare publicerade uppgifterna om den totala konsumtionen 2023 har ändrats från 8,64 liter till 8,58 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre.

Försäljningen av folköl beräknas av Delfi Marknadspartner AB på uppdrag av Sveriges Bryggerier. Delfi redovisar uppgifter om försäljningen från de företag som är medlemmar i Sveriges Bryggerier. De har en mycket stor del av den svenska marknaden. Försäljningen från övriga företag uppskattas.

I de redovisade uppgifterna om folkölsförsäljningen i denna rapport ingår även den försäljning som sker på restauranger eller andra serveringsställen. Denna försäljning utgör en knapp procent av den totala folkölsförsäljningen men specificeras inte separat i rapporten.

När det gäller dryckeskategorin "cider" i den här rapporten, så ingår även så kallade blanddrycker och "alkoläsk" och benämns som "cider och blanddrycker". I den officiella restaurangstatistiken särredovisas dock inte "cider och blanddrycker". Dessa drycker klassificeras i stället i respektive huvudkategori, det vill säga som sprit, vin eller starköl beroende på vilken tillverkningsprocess som använts. Detta får till följd att uppgifterna om total anskaffning av cider och blanddrycker i den här rapporten inte ger en heltäckande bild av konsumtionen av dessa drycker i landet.

Oregistrerad anskaffning av alkohol

Den oregistrerade delen av den totala konsumtionen består av fyra delmängder: alkohol som tas in i landet i samband med resor, hemtillverkning, köp av smugglad alkohol och köp via internet. Systembolagets försäljning online ingår däremot i Systembolagets registrerade försäljning.

I Monitormätningarna kartläggs dessa fyra delmängder med hjälp av en löpande frågeundersökning som omfattar ungefär 18 000 personer per år. Sedan starten år 2000 har fler än 440 000 personer medverkat i undersökningen. För att minimera effekterna av olika faktorer som kan snedvrider svaren i undersökningen baseras den på fyra grundläggande principer. Dessa principer är:

1. Undvikande av mått på konsumtionsplanet:

I den här delen av Monitormätningarna mäts konsumtionen av alkohol på anskaffningsplanet (köp, införsel och hemtillverkning) och inte på konsumtionsplanet.

2. Kort observationstid:

För att minimera risken för bland annat glömskeeffekter är det viktigt att använda så kort observationstid som möjligt. I frågeundersökningen ställs



därför frågor om respondenternas anskaffning under de senaste 30 dagarna.

3. Mätning på aggregerad nivå:

Eftersom frågorna i den här delen av mätningarna rör den totala anskaffningen av alkoholdrycker, inklusive både de oregistrerade och registrerade delmängderna, innebär det att resultaten avser utvecklingen av konsumtionen på aggregerad, nationell nivå och inte på grupp- eller individnivå.

4. Korrigering av de oregistrerade delmängderna:

Eftersom de oregistrerade delmängderna som fångas in i undersökningen ofta är behäftade med olika felkällor, bland annat till följd av bortfall, underrapportering samt ibland överrapportering, genomförs vissa korrigeringar. Dessa korrigeringar baseras på frågor om hur mycket alkohol respondenterna uppger att de har köpt på Systembolaget.

Respondenternas aggregerade svar jämförs med den faktiska försäljningen på Systembolaget. Skillnaden mellan respondenternas uppgivna köp och Systembolagets faktiska försäljning används som en korrigeringsfaktor vid beräkningarna av de oregistrerade delmängderna. Denna metodik används för att på ett mer korrekt sätt beräkna dessa delmängder. Korrigeringsfaktorerna beräknas för varje dryckeskategori.

Denna korrigeringsprocedur är central för att fånga upp korrekta mängder av de oregistrerade delmängderna och har utgjort en förutsättning för att kunna jämföra uppgivna delmängder före och efter metodförändringen 2019/2020. I korrigeringen beaktas också att de olika oregistrerade delmängderna i varierande grad är koncentrerade till dem som dricker allra mest alkohol. Det är en grupp som visat sig vara överrepresenterad bland de som inte deltar i undersökningen.

För en detaljerad beskrivning av den metodik som används i Monitormätningarna, se bilaga 1 samt Trolldal & Leifman (2018). För en teknisk beskrivning av den metodik som används, se Nyfjäll & Trolldal (2022).

Utländska besökares köp i Sverige och svenskars konsumtion utomlands

Ett av huvudsyftena med Monitormätningarna är att beräkna svenskarnas totala konsumtion på aggregerad, nationell nivå. I den registrerade försäljningen i Sverige inkluderar dock även utländska besökares köp i landet. Det gäller både gränshandel på Systembolaget, framför allt den norska, och utländska besökares köp för konsumtion i Sverige. Det senare innefattar både köp på Systembolaget och på restauranger. Däremot ingår inte svenskars konsumtion i samband med resor utomlands i beräkningarna.



Två tidigare studier har genomförts inom ramen för Monitormätningarna där svenskars konsumtion utomlands jämförts med utländska besökares köp i Sverige. Den ena omfattar perioden 2017–2020 (Trolldal & Åström, 2021) och den andra fokuserar på år 2022 (Trolldal, 2023).

Analyserna genomfördes med olika antaganden om hur mycket alkohol som konsumeras på resor utomlands jämfört med genomsnittet i hemlandet. Resultaten visade att utländska besökares köp i Sverige och svenska besökares konsumtion utomlands i stort sett tar ut varandra. Detta innebär att den i Monitormätningarna uppmätta nivån på total anskaffning mycket väl kan användas som ett mått på svenskars totala alkoholkonsumtion.

Några uppgifter om svenskars resande under 2024 som kan användas i de här beräkningarna har dock ännu inte publicerats vid tidpunkten för denna rapport utgivning (Tillväxtverket, 2025). Två centrala variabler i beräkningarna har däremot varit tillgängliga för 2024: dels uppgifter om nettot mellan svenskars utgifter i samband med resor utomlands, dels utländska besökares utgifter vid resor i Sverige. Dessutom har den norska gränshandeln med alkohol i Sverige för 2024 beräknats, vilket redovisas i denna rapport.

Båda dessa storheter var i stort sett lika stora under 2024 som år 2022. Detta talar för att resultaten från beräkningarna år 2022 med all säkerhet står sig även 2024. För en utförligare beskrivning av de aktuella studierna, se slutet av resultatdelen i rapporten.

Förändrad metodik i undersökningen

Som ett komplement till de traditionella telefonintervjuerna erbjuds sedan årsskiftet 2019/2020 respondenter med mobiltelefon möjlighet att besvara frågorna via ett digitalt formulär tillgängligt via en sms-länk. Under 2019 genomfördes ett större test med den nya metodiken, parallellt med den äldre metoden som då användes. Syftet var att beräkna skillnader mellan den nya och den gamla metodiken. Dessa skillnader användes för att beräkna länkvärden som kan användas för att jämföra svaren från den nya metodiken med svaren från den gamla.

I rapporten redovisas uppgifter för tioårsperioden 2015–2024 uppdelad i två delperioder. Den första delperioden sträcker sig från 2015 till 2019 och grundar sig på den tidigare använda metoden, medan den andra delperioden löper från 2019 till 2024 och är baserad på den nya metoden. Det finns därför genomgående två parallella uppgifter för år 2019.

De uppgifter som tagits fram med den tidigare metodiken anges med ”2019a”, och de som är framtagna med den nya metodiken benämns som ”2019b”. Uppgifterna för åren 2019b till och med 2024 är således jämförbara med varandra. För en mer detaljerad beskrivning, se bilaga 1.



Resultat

Inledning

I resultatavsnittet presenteras beräkningarna av de olika registrerade och oregistrerade delmängderna av alkoholkonsumtion ur olika perspektiv. Det inleds med en redovisning av den totala anskaffningen uppdelad på de olika delmängderna under perioden 2015–2024. Uppgifterna presenteras både i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre och som procentuella andelar av den totala anskaffningen.

Resultatredovisningen är genomgående uppdelad i två delperioder. Den första omfattar åren 2015–2019a och bygger på den tidigare använda metoden. Den andra delen sträcker sig över åren 2019b–2024 som baseras på den nya metoden. När det kommer till redovisningen av förändringar i de olika delmängderna studeras tre delperioder. Det gäller de tidigare nämnda perioderna 2015–2019a och 2019b–2024, samt åren 2023–2024 för att även belysa förändringar under det senaste året.

Resultatdelen avslutas med en redovisning av tidigare studier där utländska besökares köp av alkohol i Sverige har jämförts med svenskars konsumtion utomlands. Dessutom presenteras uppgifter om den norska gränshandeln i Sverige under perioden 2016–2024.

I bilaga 2 redovisas en studie där aktörerna på onlinemarknaden, inklusive de som bedriver distanshandel har kartlagts. Dessutom redovisas hur alkoholvanorna ser ut hos de som handlar via dessa försäljningskanaler jämfört med de som handlar i Systembolagets fysiska butiker.

Registrerad, oregistrerad och total alkoholanläggning

I tabell 4 redovisas anskaffningen totalt och uppdelat på de registrerade och oregistrerade delmängderna, under perioden 2015–2024, i ren alkohol per invånare 15 år och äldre. I tabell 5 redovisas de registrerade och oregistrerade delmängdernas *andelar* av totalkonsumtionen under perioden.

I tabellerna 18 och 19 i tabellbilagan på CAN:s hemsida redovisas motsvarande uppgifter för hela perioden 2001–2024 (CAN, 2025).



Total anskaffning

År 2024 jämfört med 2023

Den totala konsumtionen uppgick under 2024 till 8,40 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre, vilket är en minskning med 2,2 procent jämfört med 2023.

År 2024 jämfört med 2019

Under 2024 var konsumtionen 6,5 procent lägre än under 2019, vilket alltså är den totala förändringen under den perioden sammantaget.

Tabell 4. Alkoholanskaffningens olika delmängder, i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre, under perioden 2015–2024, samt förändringar i procent under perioderna 2015–2019a, 2019b–2024 och 2023–2024.

Delmängd	2015	2016	2017	2018	2019a	2019b	2020	2021	2022	2023	2024	Förändring		
												2015– 2019a	2019b– 2024	2023– 2024
Totalt	9,13	9,00	8,97	8,81	8,66	8,98	8,47	8,68	8,88	8,58	8,40	-5,2%	-6,5%	-2,2%
Registrerat	7,12	7,15	7,03	7,20	7,14	7,14	7,47	7,60	7,56	7,39	7,33	0,3%	2,6%	-0,8%
Systembolaget	5,70	5,71	5,67	5,79	5,82	5,82	6,47	6,50	6,20	6,09	6,05	2,2%	3,8%	-0,7%
Restauranger	0,95	0,97	0,92	0,97	0,90	0,90	0,59	0,71	0,98	0,95	0,95	-5,7%	5,6%	0,3%
Folköl	0,47	0,47	0,44	0,43	0,42	0,42	0,41	0,40	0,38	0,35	0,33	-10,9%	-20,1%	-4,2%
Oregistrerat	2,01	1,85	1,94	1,62	1,52	1,84	1,01	1,08	1,32	1,20	1,07	-24,4%	-42,1%	-10,9%
Resandeinförsel	1,22	1,13	1,22	0,91	0,97	1,04	0,40	0,37	0,70	0,62	0,61	-20,5%	-41,0%	-0,7%
Hemtillverkning	0,18	0,16	0,19	0,21	0,16	0,18	0,15	0,22	0,24	0,23	0,20	-10,9%	13,4%	-14,4%
Köp av smugglat	0,50	0,45	0,42	0,40	0,28	0,51	0,29	0,31	0,18	0,18	0,14	-44,3%	-73,4%	-25,2%
Internet	0,10	0,12	0,12	0,11	0,10	0,11	0,17	0,17	0,20	0,16	0,12	1,2%	4,5%	-28,4%

Registrerad del

År 2024 jämfört med 2023

Under 2024 uppgick den registrerade delen av konsumtionen till 7,33 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Det är en minskning med 0,8 procent jämfört med 2023. Både Systembolagets försäljning och försäljningen av folköl minskade. Däremot ökade försäljningen på restauranger något under 2024.

Den registrerade *andelen* av den totala konsumtionen ökade under 2024 jämfört med 2023. Den andelen uppgick till 87,3 procent under 2024, vilket är en ökning med 1,2 procentenheter jämfört med 2023.

År 2024 jämfört med 2019

Den registrerade delen av konsumtionen ökade under perioden 2019–2024. Nivån på 7,33 liter under 2024 var 2,6 procent högre än under 2019 då den låg på 7,14 liter.

Den registrerade *andelen* av konsumtionen var 87,3 procent under 2024. Det var 7,8 procentenheter högre än under 2019, då den låg på 79,5 procent.

Oregistrerad del

År 2024 jämfört med 2023

Under 2024 uppgick konsumtionen av de oregistrerade delmängderna till totalt 1,07 liter ren alkohol. Det är en minskning med 10,9 procent jämfört med 2023, då denna mängd var 1,20 liter. Alla oregistrerade delmängder minskade.

Resandeförseln var störst av de oregistrerade delmängderna och var under 2024 större än de tre övriga oregistrerade delmängderna tillsammans, 0,61 liter jämfört med 0,45 liter.

Den oregistrerade *andelen* av den totala konsumtionen var 12,7 procent under 2024. Det är en minskning med 1,2 procentenheter jämfört med 2023 då den var 13,9 procent.

År 2024 jämfört med 2019

Den oregistrerade delen av konsumtionen sjönk under perioden 2019–2024. Den oregistrerade mängden på 1,07 liter under 2024 var drygt 42 procent lägre än under 2019 då den låg på 1,84 liter.

Den oregistrerade *andelen* av konsumtionen var 12,7 procent under 2024. Det var 7,8 procentenheter lägre än under 2019 då andelen låg på 20,5 procent.

I tabell 5 redovisas varje delmängds *andel* av den totala anskaffningen under perioden 2015–2024.

Tabell 5. De olika delmängdernas andelar av den totala alkoholansköpfningen i *procent*, baserat på liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre, under perioden 2015–2024, samt förändringar i *procentenheter* under perioderna 2015–2019a, 2019b–2024 och 2023–2024.

Delmängd	2015	2016	2017	2018	2019a	2019b	2020	2021	2022	2023	2024	Förändring i procentenheter		
												2015–2019a	2019b–2024	2023–2024
Registrerat	78,0	79,4	78,4	81,6	82,5	79,5	88,1	87,6	85,2	86,1	87,3	4,5	7,8	1,2
Systembolaget	62,4	63,4	63,2	65,7	67,2	64,8	76,4	74,9	69,8	71,0	72,0	4,8	7,2	1,0
Restauranger	10,5	10,8	10,2	11,0	10,4	10,0	6,9	8,1	11,1	11,0	11,3	-0,1	1,3	0,3
Folköl	5,2	5,2	4,9	4,9	4,8	4,7	4,8	4,6	4,3	4,1	4,0	-0,3	-0,7	-0,1
Oregistrerat	22,0	20,6	21,6	18,4	17,5	20,5	11,9	12,4	14,8	13,9	12,7	-4,5	-7,8	-1,2
Resandeförsel	13,4	12,5	13,6	10,3	11,2	11,6	4,7	4,3	7,9	7,2	7,3	-2,2	-4,3	0,1
Hemtillverkning	2,0	1,8	2,1	2,4	1,9	2,0	1,8	2,5	2,7	2,7	2,4	-0,1	0,4	-0,3
Köp av smugglat	5,5	5,0	4,6	4,5	3,2	5,7	3,4	3,6	2,0	2,1	1,6	-2,3	-4,1	-0,5
Internet	1,1	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2	2,0	2,0	2,2	1,9	1,4	0,1	0,1	-0,5
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100			



Försäljning på Systembolaget

År 2024 jämfört med 2023

När det gäller den totala anskaffningen dominerar Systembolaget bland de olika källorna. Under 2024 uppgick försäljningen till 6,05 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Det är en minskning med 0,7 procent jämfört med 2023. Systembolagets *andel* av den totala konsumtionen ökade däremot från 71,0 procent under 2023 till 72,0 procent år 2024, se tabellerna 4 och 5. Det är Systembolagets största andel av den totala konsumtionen sedan Monitormätningarna startade, bortsett från pandemiåren 2020 och 2021.

År 2024 jämfört med 2019

Systembolagets försäljning ökade under perioden 2019–2024, trots minskningen under 2024. Försäljning på 6,05 liter under 2024 var 3,8 procent mer än under 2019 då försäljningen uppgick till 5,82 liter.

Systembolagets *andel* av den totala konsumtionen var 72,0 procent under 2024. Det var 7,2 procentenheter högre jämfört med 2019 då denna *andel* uppgick till 64,8 procent.

Försäljning på restauranger

År 2024 jämfört med 2023

Restaurangernas försäljning var under 2024 den näst största anskaffningskällan av de som mäts inom ramen för Monitormätningarna. Försäljningen uppgick till 0,95 liter per invånare 15 år och äldre, vilket är en marginell ökning jämfört med 2023.

Restaurangernas *andel* av den totala konsumtionen uppgick under 2024 till 11,3 procent, vilket är en ökning med 0,3 procentenheter jämfört med året innan.

År 2024 jämfört med 2019

Försäljningen på 0,95 liter under 2024 var 5,6 procent mer jämfört med 2019 då den uppgick till 0,90 liter ren alkohol. Restaurangernas *andel* på 11,3 procent av den totala konsumtionen under 2024 var 1,3 procentenheter större jämfört med 2019.

Resandeinförsel

År 2024 jämfört med 2023

Resandeinförseln var 0,61 liter under 2024 och utgjorde den tredje största anskaffningskällan. Det är en marginell minskning jämfört med 2023. Resandeinförselns *andel* av konsumtionen ökade däremot från 7,2 procent under 2023 till 7,3 procent år 2024. Det är en ökning med 0,1 procentenheter.



År 2024 jämfört med 2019

Resandeförseln minskade under perioden 2019–2024. År 2024 var den 41 procent lägre jämfört med 2019. Införselns *andel* av totalkonsumtionen sjönk från 11,6 procent under 2019 till 7,3 procent under 2024, vilket är en minskning med 4,3 procentenheter.

Folkölsförsäljning

År 2024 jämfört med 2023

På fjärde plats finns försäljningen av folköl. Den uppgick till 0,33 liter under 2024. Det är en minskning med 4,2 procent jämfört med 2023. Folkölets *andel* av totalkonsumtionen var 4,0 procent under 2024, vilket ska jämföras med 4,1 procent under 2023.

Folkölet är uppdelat i två kategorier med olika alkoholhalt. Den ena kategorin har en halt på maximalt 3,5 % alkohol och den andra innehåller öl med maximalt 2,8 %. Folkölet med den högre halten stod för 74 procent av de sålda folkölsvolymerna under 2024. Övriga 26 procent utgjordes av folköl med den lägre alkoholhalten. (Uppgifterna har erhållits från Sveriges Bryggerier.)

År 2024 jämfört med 2019

Försäljningen av folköl minskade under perioden 2019–2024, vilket är en fortsättning på en långsiktig trend. Försäljningen uppgick till 0,33 liter år 2024, vilket var drygt 20 procent lägre än under 2019. Även folkölets *andel* av alkoholkonsumtionen sjönk, från 4,7 procent under 2019 till 4,0 procent år 2024.

Hemtillverkning

År 2024 jämfört med 2023

Hemtillverkning var under 2024 den femte största delmängden av de sju som ingår i Monitormätningarna. Denna tillverkning, inklusive hembränning av sprit, uppgick till 2,4 procent av den totala konsumtionen under 2024. Det var en minskning med 0,3 procentenheter jämfört med 2023.

År 2024 jämfört med 2019

Totalt sett ökade hemtillverkningen under perioden 2019–2024, från 0,18 liter till 0,20 liter. Även hemtillverkningens *andel* av konsumtionen ökade, från 2,0 till 2,4 procent under perioden.



Köp av smugglade alkoholdrycker

År 2024 jämfört med 2023

Köp av smugglade alkoholdrycker uppgick till 0,14 liter under 2024. Det var en minskning med drygt 25 procent jämfört med 2023. *Andelen* av den totala konsumtionen uppgick till 1,6 procent, vilket är en minskning jämfört med året innan då andelen var 2,1 procent.

År 2024 jämfört med 2019

Köp av smugglad alkohol minskade kraftigt under perioden 2019–2024. Under 2024 var dessa köp drygt 73 procent lägre jämfört med 2019. *Andelen* av totalkonsumtionen sjönk från 5,7 till 1,6 procent. Det är en minskning med 4,1 procentenheter.

Internet

År 2024 jämfört med 2023

Internethandeln var under 2024 den minsta kategorin av de som mäts inom ramen för Monitormätningarna. I denna internethandel ingår inte Systembolagets onlineförsäljning. Den redovisas i Systembolagets registrerade försäljning.

Internethandeln uppgick till 1,4 procent av totalkonsumtionen under 2024, vilket är en minskning jämfört med 2023 då andelen var 1,9 procent.

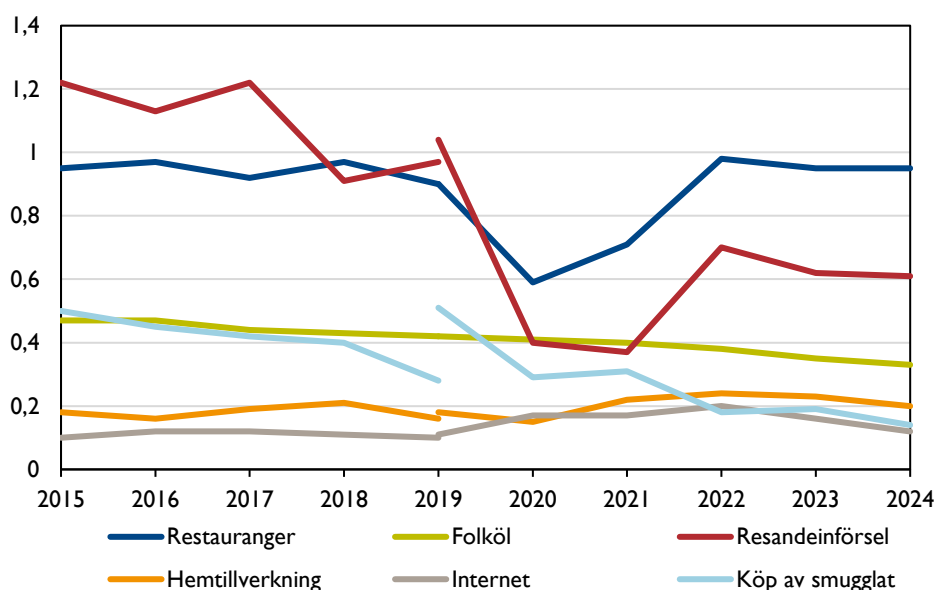
År 2024 jämfört med 2019

Internethandeln ökade däremot under perioden 2019–2024. Dess *andel* av den totala konsumtionen ökade från 1,2 procent år 2019 till 1,4 procent under 2024. Det är en ökning med 0,15 procentenheter.

Sex av de sju olika anskaffningskällornas utveckling under perioden 2015–2024

I figur 1 redovisas utvecklingen för sex av de sju anskaffningskällorna under perioden 2015–2024. Eftersom Systembolagets andel av den totala konsumtionen är så pass stor visas inte den försäljningen i figuren, så att utvecklingen av övriga källor ska framgå tydligare.

Pandemins effekter på flera av delmängderna, liksom den efterföljande återhämtningen under 2022, framträder tydligt – särskilt för restaurangförsäljningen och resandeförseln. Resandeförseln har dock minskat något igen under 2023 och 2024, och även restaurangkonsumtionen har visat en viss nedgång sedan 2022.



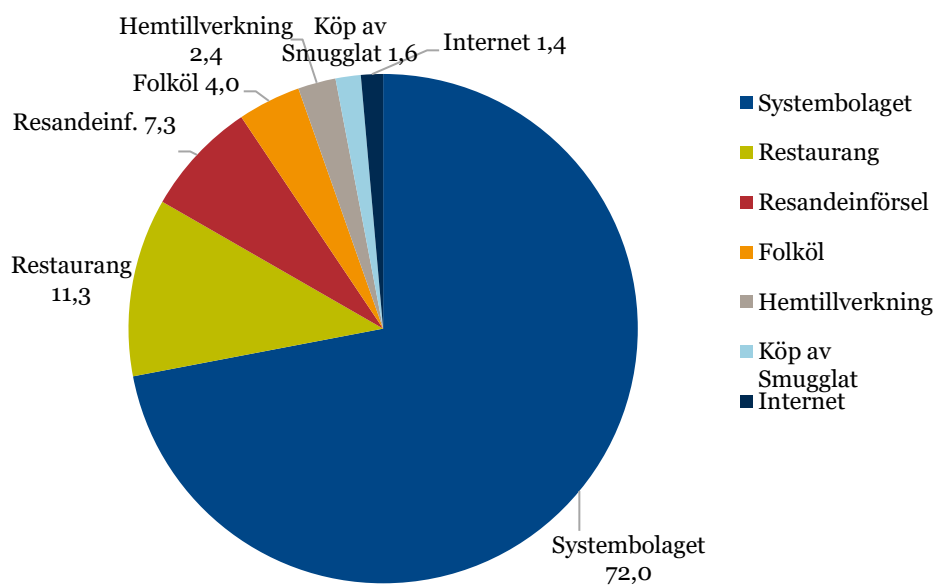
Figur 1. Sex av de sju olika anskaffningskällornas utveckling under perioden 2015–2024, i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. (Systembolagets utveckling visas inte i denna figur, se tabell 4.)

Köp av smugglad alkohol minskade under pandemin och har fortsatt att minska även under åren därefter. Hemtillverkning och köp via internet ökade däremot under pandemin, en ökning som bestod under 2022 men som har avtagit något under de senaste åren. Folkölsförsäljningen har minskat kontinuerligt under hela perioden. I figuren framgår även effekterna av metodförändringen 2019/2020, vilka var mest påtagliga för köp av smugglad alkohol men märktes också för resandeförseln.

Anskaffningens olika delmängder under 2024

I figur 2 redovisas den totala alkoholkonsumtionen uppdelad på de sju olika anskaffningskällorna i procent under 2024 (inklusive Systembolaget), se även tabell 5.

Systembolaget står för den största andelen med 72,0 procent. Därefter följer försäljning på restauranger med 11,3 procent följt av resandeförseln med 7,3 procent. Försäljningen av folköl uppgick till 4,0 procent, hemtillverkning 2,4 procent, köp av smugglad alkohol 1,6 procent samt internethandel 1,4 procent (exklusive Systembolagets onlineförsäljning).



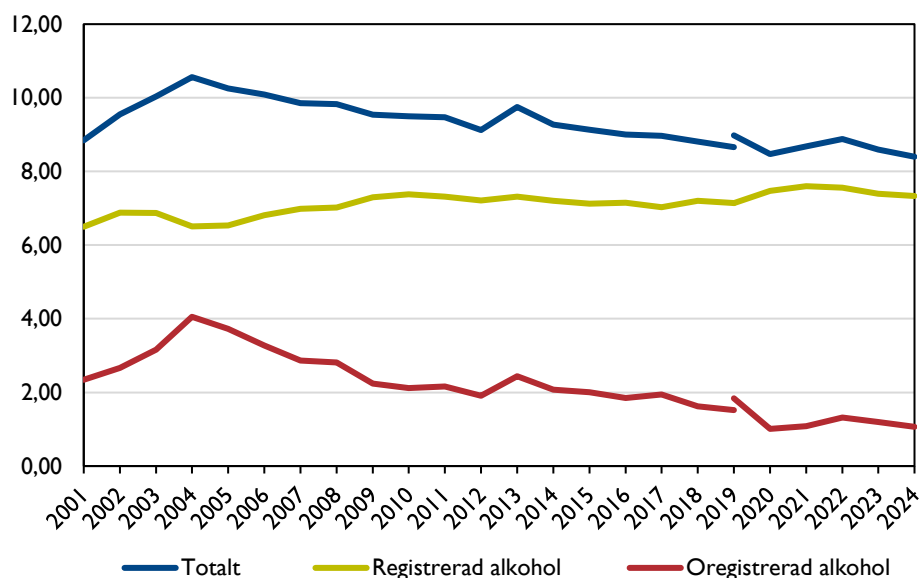
Figur 2. Den totala alkoholkonsumtionen i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre, fördelad på de olika ursprungskällorna i procent, 2024.

Registrerad, oregistrerad och total anskaffning under perioden 2001–2024

I figur 3 (se nästa sida) redovisas den totala anskaffningen, uppdelad på registrerad respektive oregistrerad konsumtion, under hela Monitorperioden 2001–2024. För år 2019 framträder effekterna av metodförändringarna tydligt, med två redovisade värden för både oregistrerad konsumtion och totalen. Metodförändringarna innebar en ökad skattning av totalkonsumtionen med 3,7 procent för 2019 (Trolldal & Åström, 2021). Även pandemins påverkan under 2020 och 2021 framgår av figuren.

I början av 00-talet ökade den oregistrerade anskaffningen markant, vilket bidrog till en uppgång i den totala konsumtionen. Denna utveckling sammanföll med att införselkvoterna, som tidigare begränsat resandeförsel för privat bruk, successivt avskaffades.

Efter detta minskade den oregistrerade anskaffningen stadigt fram till omkring 2012. År 2013 noterades dock en tillfällig ökning, sannolikt som en följd av den starka svenska kronan gentemot euron vid den tiden. Därefter fortsatte den oregistrerade anskaffningen att minska, en utveckling som förstärktes under pandemin. Efter pandemin skedde en viss återhämtning, men nivån sjönk åter något under 2024 och låg då betydligt lägre än före pandemin.



Figur 3. Total samt registrerad och oregistrerad alkoholanskaffning, i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre, 2001–2024.

Den registrerade anskaffningen minskade under 2004 men ökade därefter under de följande åren. Sedan 2009 har den legat på en relativt stabil nivå, med undantag för den tillfälliga uppgången under pandemiåren 2020 och 2021. Efter pandemin har en viss nedgång skett, men nivåerna är fortfarande högre än före pandemin.

De olika anskaffningskällornas andelar av respektive dryck

Inledning

I tabell 6 redovisas de olika källornas andelar av respektive dryck under perioden 2015–2024, i antal liter ren alkohol per person 15 år och äldre. I tabell 20 i tabellbilagan på CAN:s hemsida finns motsvarande uppgifter för hela perioden 2001–2024 (CAN, 2025).

I tabell 6 redovisas även de olika källornas andelar av respektive dryck i procent under 2024.



Tabell 6. Den totala alkoholanskaffningen uppdelad på dryck och anskaffningskälla, i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre under perioden 2015–2024, samt respektive *andel* år 2024.

	2015	2016	2017	2018	2019a	2019b	2020	2021	2022	2023	2024	Andel 2024
Vin, totalt	3,74	3,76	3,76	3,76	3,71	3,80	3,82	3,86	3,88	3,76	3,63	100%
Systembolaget	3,13	3,12	3,08	3,10	3,09	3,09	3,35	3,30	3,15	3,08	3,02	83,3%
Restaurang	0,27	0,28	0,28	0,28	0,25	0,25	0,17	0,21	0,29	0,29	0,28	7,8%
Resandeförsäl	0,22	0,22	0,26	0,20	0,22	0,29	0,12	0,08	0,20	0,16	0,16	4,5%
Hemtillverkning	0,06	0,06	0,05	0,09	0,06	0,07	0,06	0,09	0,10	0,10	0,08	2,1%
Internet	0,06	0,07	0,07	0,05	0,06	0,07	0,10	0,12	0,11	0,08	0,07	2,0%
Köp av smugglat	0,01	0,02	0,02	0,03	0,02	0,04	0,02	0,06	0,03	0,05	0,01	0,4%
Starköl, totalt	2,75	2,77	2,79	2,81	2,76	2,92	2,63	2,70	2,82	2,69	2,72	100%
Systembolaget	1,60	1,62	1,61	1,69	1,70	1,70	1,91	1,93	1,84	1,83	1,86	68,3%
Restaurang	0,55	0,56	0,51	0,56	0,54	0,54	0,36	0,41	0,53	0,54	0,54	19,8%
Resandeförsäl	0,24	0,25	0,32	0,24	0,28	0,27	0,11	0,13	0,24	0,18	0,18	6,7%
Köp av smugglat	0,27	0,28	0,25	0,23	0,16	0,32	0,16	0,12	0,10	0,08	0,09	3,2%
Hemtillverkning	0,08	0,06	0,09	0,07	0,07	0,08	0,06	0,08	0,07	0,05	0,04	1,6%
Internet	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,03	0,03	0,02	0,01	0,3%
Sprit, totalt	2,02	1,87	1,83	1,65	1,60	1,67	1,44	1,54	1,61	1,58	1,54	100%
Systembolaget	0,87	0,87	0,86	0,87	0,90	0,90	1,07	1,12	1,06	1,02	1,00	65,1%
Resandeförsäl	0,73	0,64	0,62	0,45	0,45	0,47	0,16	0,15	0,24	0,26	0,26	17,1%
Restaurang	0,13	0,14	0,13	0,13	0,11	0,11	0,06	0,09	0,16	0,13	0,13	8,3%
Hemtillverkning	0,05	0,04	0,05	0,04	0,03	0,03	0,03	0,05	0,06	0,07	0,08	5,0%
Internet	0,03	0,04	0,04	0,04	0,02	0,02	0,04	0,02	0,05	0,05	0,04	2,3%
Köp av smugglat	0,21	0,14	0,13	0,12	0,09	0,14	0,08	0,11	0,03	0,05	0,03	2,1%
Cider, totalt	0,14	0,13	0,15	0,15	0,17	0,17	0,17	0,18	0,19	0,19	0,17	100%
Systembolaget	0,11	0,11	0,12	0,13	0,13	0,13	0,14	0,15	0,16	0,16	0,16	94,4%
Resandeförsäl	0,03	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,02	0,01	3,7%
Köp av smugglat	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,02	0,00	0,00	1,3%
Internet	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,7%
Folköl	0,47	0,47	0,44	0,43	0,42	0,42	0,41	0,40	0,38	0,35	0,33	100%
Totalt	9,13	9,00	8,97	8,81	8,66	8,98	8,47	8,68	8,88	8,58	8,40	100%

Källor: Monitormätningarna, Systembolaget, Folkhälsomyndigheten och Sveriges Bryggerier.
På grund av avrundning är summan av delmängderna inte alltid densamma som totalsumman.

Under 2024 stod Systembolaget för den största andelen av de mängder som anskaffades för samtliga drycker, med undantag för folköl. Systembolagets andel var störst för vin med 83,3 procent, följt av starköl med 68,3 procent och sprit med 65,1 procent. Försäljning på restauranger svarade för den näst största andelen av starköls- och vinanskaffningen. Däremot stod resandeförsäljningen för den näst största andelen för spritanskaffningen.

Vin

För vinkonsumtionens del stod alltså Systembolaget för 83,3 procent, följt av restaurangförsäljningen med 7,8 procent och resandeförsäljningen med 4,5 procent. Därefter följde hemtillverkning (2,1 %), internet (2,0 %) och köp av smugglat vin (0,4 %), se tabell 6.



Starköl

Vad gäller starköl var Systembolagets andel 68,3 procent, följt av restaurangförsäljningen med 19,8 procent. Därefter följde resandeförsäljning (6,7 %), köp av smugglat starköl (3,2 %), hemtillverkning (1,6 %) och internet (0,3 %).

Sprit

Systembolaget stod för 65,1 procent av den totala spritanskaffningen. Resandeförsäljningens andel uppgick till 17,1 procent och försäljning på restauranger till 8,3 procent. Därefter följde hemtillverkning (5,0 %), internet (2,3 %) och köp av smugglad sprit (2,1 %).

Cider

Systembolaget stod för 94,4 procent av cideranskaffningen följt av resandeförsäljning med 3,7 procent. Därefter följde köp av smugglat med 1,3 procent och köp via internet med 0,7 procent. Eventuell hemtillverkning av cider mäts inte inom ramen för Monitormätningarna. Försäljningen av cider på restauranger särredovisas inte i den officiella restaurangstatistiken, se bilaga 1.

Dryckernas andelar av respektive anskaffningskälla

I tabell 7 redovisas de olika dryckernas andelar av respektive källa mellan åren 2015 och 2024, i antal liter ren alkohol per person 15 år och äldre. I tabell 21 i tabellbilagan på CAN:s hemsida finns motsvarande uppgifter för hela perioden 2001–2024 (CAN,2025). I tabell 7 redovisas även de olika dryckernas andelar av de olika källorna under 2024 i procent.

Systembolaget

Vin och starköl dominerar Systembolagets försäljning. Under 2024 stod vin för 50,0 procent av försäljningen och starköl för 30,7 procent. Försäljningen av sprit var 16,6 procent och cider stod för den lägsta andelen med 2,7 procent under året.

Restaurangförsäljning

På restauranger såldes mest starköl, följt av vin. Andelarna var 56,8 procent respektive 29,7 procent av den totala restaurangkonsumtionen under 2024. Andelen spritdrycker uppgick till 13,5 procent. Som nämnts tidigare särredovisas inte cider och blanddrycker i den officiella restaurangstatistiken utan ingår i respektive huvudkategori (sprit, vin eller starköl), se bilaga 1.



Tabell 7. Den totala alkoholansaffningen, uppdelad på anskaffningskälla och dryck, i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre under perioden 2015–2024, samt respektive *andel* år 2024.

	2015	2016	2017	2018	2019a	2019b	2020	2021	2022	2023	2024	Andel 2024
Systembolaget	5,70	5,71	5,67	5,79	5,82	5,82	6,47	6,50	6,20	6,09	6,05	100%
Vin	3,13	3,12	3,08	3,10	3,09	3,09	3,35	3,30	3,15	3,08	3,02	50,0%
Starköl	1,60	1,62	1,61	1,69	1,70	1,70	1,91	1,93	1,84	1,83	1,86	30,7%
Sprit	0,87	0,87	0,86	0,87	0,90	0,90	1,07	1,12	1,06	1,02	1,00	16,6%
Cider	0,11	0,11	0,12	0,13	0,13	0,13	0,14	0,15	0,16	0,16	0,16	2,7%
Restaurang	0,95	0,97	0,92	0,97	0,90	0,90	0,59	0,71	0,98	0,95	0,95	100%
Starköl	0,55	0,56	0,51	0,56	0,54	0,54	0,36	0,41	0,53	0,54	0,54	56,8%
Vin	0,27	0,28	0,28	0,28	0,25	0,25	0,17	0,21	0,29	0,29	0,28	29,7%
Sprit	0,13	0,14	0,13	0,13	0,11	0,11	0,06	0,09	0,16	0,13	0,13	13,5%
Livsmedelsbutik	0,47	0,47	0,44	0,43	0,42	0,42	0,41	0,40	0,38	0,35	0,33	100%
Resandeförsel	1,22	1,13	1,22	0,91	0,97	1,04	0,40	0,37	0,70	0,62	0,61	100%
Sprit	0,73	0,64	0,62	0,45	0,45	0,47	0,16	0,15	0,24	0,26	0,26	42,8%
Starköl	0,24	0,25	0,32	0,24	0,28	0,27	0,11	0,13	0,24	0,18	0,18	29,5%
Vin	0,22	0,22	0,26	0,20	0,22	0,29	0,12	0,08	0,20	0,16	0,16	26,6%
Cider	0,03	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,02	0,01	1,0%
Hemtillverkning	0,18	0,16	0,19	0,21	0,16	0,18	0,15	0,22	0,24	0,23	0,20	100%
Sprit	0,05	0,04	0,05	0,04	0,03	0,03	0,03	0,05	0,06	0,07	0,08	39,0%
Vin	0,06	0,06	0,05	0,09	0,06	0,07	0,06	0,09	0,10	0,10	0,08	39,0%
Starköl	0,08	0,06	0,09	0,07	0,07	0,08	0,06	0,08	0,07	0,05	0,04	22,0%
Köp av smugglat	0,50	0,45	0,42	0,40	0,28	0,51	0,29	0,31	0,18	0,18	0,14	100%
Starköl	0,27	0,28	0,25	0,23	0,16	0,32	0,16	0,12	0,10	0,08	0,09	64,8%
Sprit	0,21	0,14	0,13	0,12	0,09	0,14	0,08	0,11	0,03	0,05	0,03	23,7%
Vin	0,01	0,02	0,02	0,03	0,02	0,04	0,02	0,06	0,03	0,05	0,01	9,9%
Cider	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,02	0,00	0,00	1,6%
Internet	0,10	0,12	0,12	0,11	0,10	0,11	0,17	0,17	0,20	0,16	0,12	100%
Vin	0,06	0,07	0,07	0,05	0,06	0,07	0,10	0,12	0,11	0,08	0,07	60,8%
Sprit	0,03	0,04	0,04	0,04	0,02	0,02	0,04	0,02	0,05	0,05	0,04	30,5%
Starköl	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,03	0,03	0,02	0,01	7,7%
Cider	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	1,0%
Totalt	9,13	9,00	8,97	8,81	8,66	8,98	8,47	8,68	8,88	8,58	8,40	100%

Källor: Monitormätningarna, Systembolaget, Folkhälsomyndigheten och Sveriges Bryggerier.

På grund av avrundning är summan av delmängderna inte alltid densamma som totalsumman.

Folkölsförsäljningen

I de redovisade uppgifterna om försäljning av folköl ingår även den försäljning som sker på restauranger och på andra serveringsställen. Den delen uppgick till knappt 1 procent av den totala folkölsförsäljningen.

Resandeförsel

Sprit var den drycker som svenskarna förde med sig mest av i samband med resor tillbaka till Sverige från andra länder under 2024. Andelen sprit var 42,8 procent följt av starköl (29,5 %), vin (26,6 %) och cider (1,0 %).



Hemtillverkning

Av den totala hemtillverkningen stod både vin och sprit för 39,0 procent vardera under 2024. Ölets andel uppgick till 22,0 procent.

Köp av smugglad alkohol

Starköl var störst i kategorin Köp av smugglad alkohol. Starkölet stod för 64,8 procent av dessa köp. Sprit stod för 23,7 procent och vin för 9,9 procent. Köp av cider stod för 1,6 procent.

Internethandeln

När det gäller internethandeln stod vin för den största andelen med 60,8 procent, följt av sprit med 30,5 procent, starköl 7,7 procent och cider 1,0 procent.

Registrerad och oregistrerad anskaffning av respektive dryck

Inledning

I detta avsnitt redovisas hur stor mängd och hur stor andel av respektive dryck som varit registrerad respektive oregistrerad. I tabellerna 8 och 9 redovisas dessa uppgifter för perioden 2015–2024.

I figurerna 4–6 presenteras dessa uppgifter för hela perioden 2001–2024. Även i tabellerna 22 och 23 i tabellbilagan på CAN:s hemsida finns dessa uppgifter för hela perioden (CAN, 2025).



Tabell 8. Registrerad, oregistrerad och total anskaffning per dryck, i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre, under perioden 2015–2024, samt förändringar i procent under perioderna 2015–2019a, 2019b–2024 och 2023–2024.

															Förändring		
	2015	2016	2017	2018	2019a	2019b	2020	2021	2022	2023	2024	2015– 2019a	2019b– 2024	2023– 2024			
Totalt	9,13	9,00	8,97	8,81	8,66	8,98	8,47	8,68	8,88	8,58	8,40	-5,2%	-6,5%	-2,2%			
Reg.	7,12	7,15	7,03	7,20	7,14	7,14	7,47	7,60	7,56	7,39	7,33	0,3%	2,6%	-0,8%			
Oreg.	2,01	1,85	1,94	1,62	1,52	1,84	1,01	1,08	1,32	1,20	1,07	-24,4%	-42,1%	-10,9%			
Vin	3,74	3,76	3,76	3,76	3,71	3,80	3,82	3,86	3,88	3,76	3,63	-1,0%	-4,5%	-3,6%			
Reg.	3,40	3,39	3,36	3,38	3,34	3,34	3,51	3,51	3,44	3,37	3,30	-1,7%	-1,0%	-1,8%			
Oreg.	0,35	0,37	0,41	0,38	0,37	0,46	0,31	0,35	0,44	0,40	0,32	6,0%	-30,0%	-18,4%			
Starköl	2,75	2,77	2,79	2,81	2,76	2,92	2,63	2,70	2,82	2,69	2,72	0,4%	-6,7%	0,9%			
Reg.	2,15	2,18	2,13	2,25	2,24	2,24	2,27	2,33	2,37	2,36	2,40	4,3%	6,9%	1,5%			
Oreg.	0,60	0,60	0,66	0,56	0,52	0,67	0,36	0,37	0,45	0,33	0,32	-13,3%	-52,2%	-3,2%			
Sprit	2,02	1,87	1,83	1,65	1,60	1,67	1,44	1,54	1,61	1,58	1,54	-20,7%	-8,2%	-2,8%			
Reg.	1,00	1,00	0,99	1,00	1,01	1,01	1,13	1,21	1,22	1,15	1,13	0,9%	11,9%	-1,6%			
Oreg.	1,02	0,87	0,84	0,66	0,60	0,67	0,31	0,33	0,39	0,43	0,41	-41,8%	-38,7%	-6,0%			
Cider	0,14	0,13	0,15	0,15	0,17	0,17	0,17	0,18	0,19	0,19	0,17	16,6%	1,7%	-9,3%			
Reg.	0,11	0,11	0,12	0,13	0,13	0,13	0,14	0,15	0,16	0,16	0,16	25,8%	21,7%	1,4%			
Oreg.	0,04	0,02	0,03	0,02	0,03	0,04	0,03	0,03	0,03	0,03	0,01	-9,8%	-73,1%	-67,5%			
Folköl	0,47	0,47	0,44	0,43	0,42	0,42	0,41	0,40	0,38	0,35	0,33	-10,9%	-20,1%	-4,2%			

Tabell 9. Registrerade och oregistrerade andelar av respektive dryck under perioden 2015–2024, samt förändringar i procentenheter under perioderna 2015–2019a, 2019b–2024 och 2023–2024.

	2015	2016	2017	2018	2019a	Förändring i procentenheter								
						2019b	2020	2021	2022	2023	2024	2015– 2019a	2019b– 2024	2023– 2024
Totalt														
Registrerat	78,0	79,4	78,4	81,6	82,5	79,5	88,1	87,6	85,2	86,1	87,3	+4,5	+7,8	+1,2
Oreg.	22,0	20,6	21,6	18,4	17,5	20,5	11,9	12,4	14,8	13,9	12,7	-4,5	-7,8	-1,2
Vin														
Registrerat	90,7	90,2	89,2	89,8	90,1	87,8	92,0	90,9	88,6	89,4	91,0	-0,7	+3,3	+1,6
Oreg.	9,3	9,8	10,8	10,2	9,9	12,2	8,0	9,1	11,4	10,6	9,0	+0,7	-3,3	-1,6
Starköl														
Registrerat	78,2	78,5	76,3	80,2	81,2	76,9	86,3	86,5	84,2	87,6	88,1	+3,0	+11,3	+0,5
Oreg.	21,8	21,5	23,7	19,8	18,8	23,1	13,7	13,5	15,8	12,4	11,9	-3,0	-11,3	-0,5
Sprit														
Registrerat	49,4	53,6	54,0	60,2	62,9	60,3	78,5	78,4	75,6	72,6	73,5	+13,5	+13,2	+0,9
Oreg.	50,6	46,4	46,0	39,8	37,1	39,7	21,5	21,6	24,4	27,4	26,5	-13,5	-13,2	-0,9
Cider														
Registrerat	74,2	84,2	77,9	85,6	80,1	78,9	82,3	83,6	83,1	84,5	94,4	+5,8	+15,5	+10,0
Oreg.	25,8	15,8	22,1	14,4	19,9	21,1	17,7	16,4	16,9	15,5	5,6	-5,8	-15,5	-10,0

Källor: Monitormätningarna, Systembolaget, Folkhälsomyndigheten och Sveriges Bryggerier.

På grund av avrundning är summan av delmängderna inte alltid densamma som totalsumman.

Vin

År 2024 jämfört med 2023

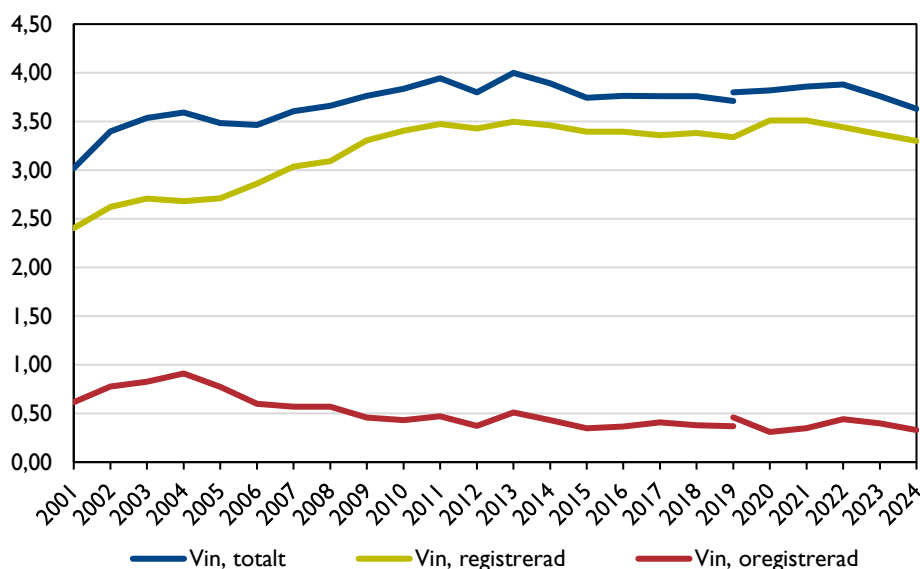
Den totala anskaffningen av vin uppgick under 2024 till 3,63 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Det är lägre jämfört med 2023, då den uppgick till 3,76 liter. Under 2024 uppgick den registrerade delen till 3,30 liter, vilket ska jämföras med 3,37 liter under 2023. Den oregistrerade delen var 0,32 liter under 2024, en minskning jämfört med 2023 då den var 0,40 liter, se tabell 8 och figur 4.

Den registrerade *andelen* av vinkonsumtionen uppgick under 2024 till 91,0 procent. Jämfört med 2023 är det en ökning med 1,6 procentenheter. Under 2024 uppgick den oregistrerade andelen till 9,0 procent, se tabell 9.

År 2024 jämfört med 2019

Den totala vinkonsumtionen var 4,5 procent lägre under 2024 jämfört med 2019. Den låg på 3,63 liter under 2024 och på 3,80 liter år 2019. Den registrerade mängden minskade med 1,0 procent och den oregistrerade mängden minskade med 30,0 procent.

Den registrerade *andelen* ökade med 3,3 procentenheter samtidigt som den oregistrerade andelen minskade med lika många enheter under 2024 jämfört med 2019.



Figur 4. Vinansaffning (inklusive starkvin), totalt samt registrerade och oregistrerade delar, i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre, 2001–2024.



Starköl

År 2024 jämfört med 2023

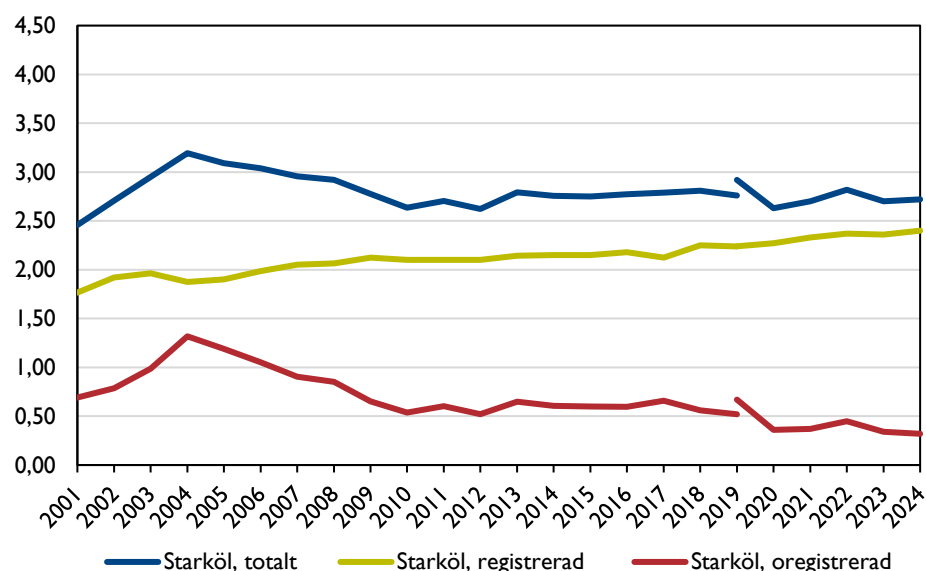
Konsumtionen av starköl uppgick under 2024 till 2,72 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Det är en ökning med 0,9 procent jämfört med 2023. Under 2024 uppgick den registrerade delen till 2,40 liter, vilket är en ökning med 1,5 procent jämfört med året innan. Den oregistrerade mängden var 0,32 liter, vilket är en minskning med 3,2 procent, se tabell 8.

Den registrerade *andelen* av starkölskonsumtionen uppgick under 2024 till 88,1 procent, vilket är en mindre ökning jämfört med 2023. Den oregistrerade andelen var 11,9 procent under 2024, en viss minskning, se tabell 9 och figur 5.

År 2024 jämfört med 2019

Den totala starkölskonsumtionen minskade under perioden 2019–2024. Konsumtionen under 2024 var 6,7 procent lägre jämfört med 2019. Den registrerade delen ökade dock med 6,9 procent samtidigt som den oregistrerade delen minskade med 52,2 procent, se tabell 8.

Den registrerade *andelen* av starkölskonsumtionen ökade med 11,3 procentenheter samtidigt som den oregistrerade andelen minskade med lika mycket, se tabell 9.



Figur 5. Starkölsanskaffning, totalt samt registrerade och oregistrerade delar, i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre, 2001–2024.

Sprit

År 2024 jämfört med 2023

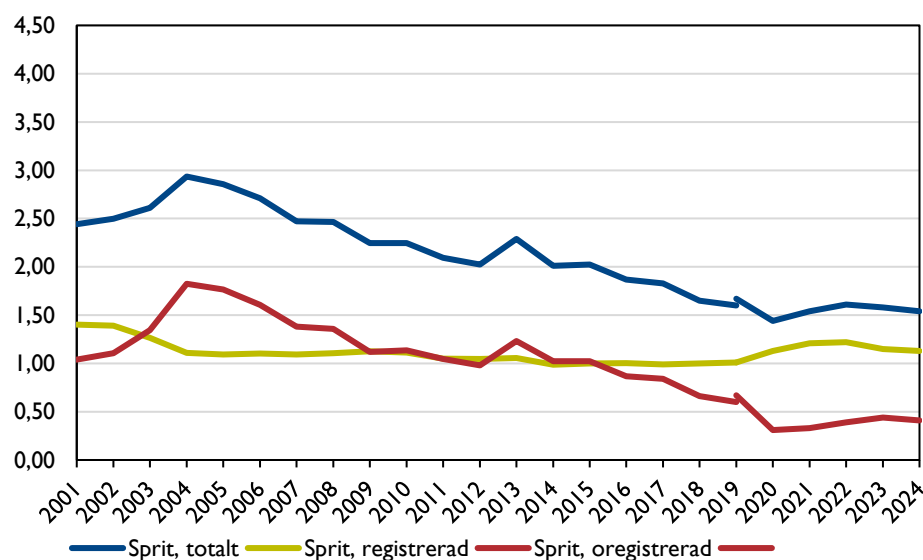
Den totala spritkonsumtionen uppgick till 1,54 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre under 2024. Det är något lägre jämfört med 2023. Den registrerade delen uppgick till 1,13 liter under 2024, vilket är minskning med 1,6 procent jämfört med året före. Den oregistrerade delen uppgick till 0,41 liter, vilket är en minskning med 6,0 procent, se tabell 8 och figur 6.

Den registrerade *andelen* av spritkonsumtionen uppgick under 2024 till 73,5 procent, vilket är en ökning med 0,9 procentenheter jämfört med 2023. Under 2024 uppgick den oregistrerade andelen till 26,5 procent, se tabell 9.

År 2024 jämfört med 2019

Den totala spritkonsumtionen har minskat under perioden 2019–2024. Under 2024 var konsumtionen 8,2 procent lägre jämfört med 2019, vilket är en fortsättning på en långsiktig trend, se figur 6. Den registrerade delen ökade dock med 11,9 procent samtidigt som den oregistrerade delen minskade med 38,7 procent.

Den registrerade *andelen* av spritkonsumtionen ökade från 60,3 procent under 2019 till 73,5 procent år 2024. Det är en ökning med 13,2 procentenheter. Den oregistrerade andelen minskade med lika mycket, se tabell 9.



Figur 6. Sritanskaffning, totalt samt registrerade och oregistrerade delar, i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre, 2001–2024.



Folköl och cider

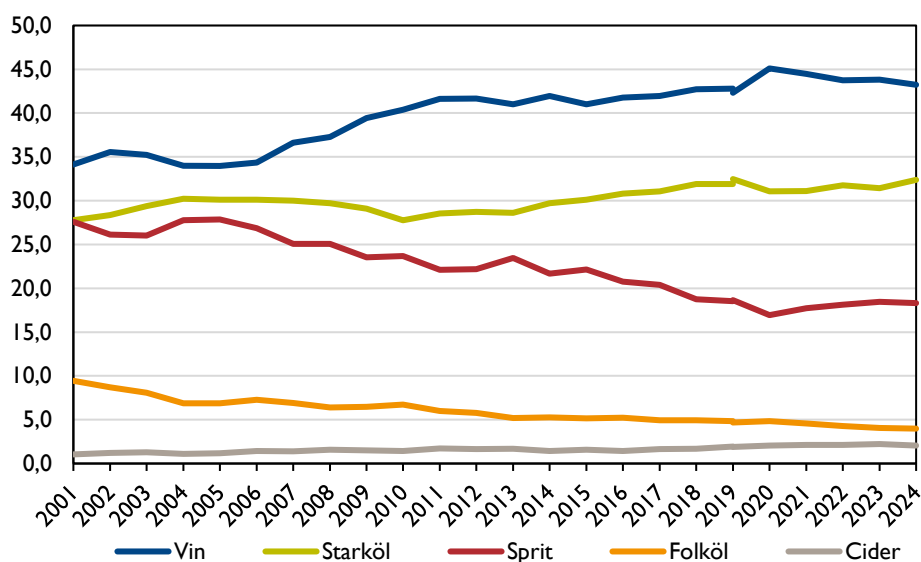
I tabellerna 8 och 9 redovisas även utvecklingen av folkölsförsäljningen och cideranskaaffningen som är de minskade dryckeskategorierna, se även tabellerna 22 och 23 i tabellbilagan på CAN:s hemsida (CAN, 2025).

Folkölsförsäljningen uppgick under 2024 till 0,33 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Det är en minskning med 4,2 procent jämfört med 2023 och med 20,1 procent jämfört med 2019. Anskaffningen av cider uppgick under 2024 till 0,17 liter. Det är en minskning jämfört med 2023, men på ungefär samma nivå som under 2019. (Cider och blanddrycker som sålts på restauranger ingår dock inte i dessa uppgifter, se bilaga 1.)

De olika dryckernas andelar av den totala anskaffningen

I figur 7 redovisas de olika dryckernas andelar av den totala anskaffningen under perioden 2001–2024. Uppgifterna finns även tabell 27 i tabellbilagan på CAN:s hemsida (CAN, 2025).

Vin är den dryck som konsumeras mest i Sverige, och skillnaden jämfört med övriga drycker har ökat sedan 2001, medan andelen sprit har minskat. Även folkölets andel har successivt gått ned. Under 2024 var andelen vin 43,2 procent, vilket är en viss minskning jämfört med 2023. Den dryck som svenskarna drack näst mest av är starköl, som hade en andel på 32,4 procent under 2024. Det är en minskning med en procentenhet jämfört med 2023.



Figur 7. De olika dryckernas andelar av den totala anskaffningen, i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre, 2001–2024.



Andelen spritdrycker uppgick till 18,3 procent under 2024, vilket är på ungefär samma nivå som år 2023.

För att studera hur den totala konsumtionen av öl har utvecklats under perioden har konsumtionen av starköl och folköl summerats, se tabell 27 i tabellbilagan på CAN:s hemsida (CAN, 2025). Summan av folköl och starköl uppgick under 2001 till 37,2 procent av den totala alkoholkonsumtionen. Under 2024 var andelen däremot 36,4 procent.

Variationen under perioden har dock varit liten. Den minskade andelen öl beror uteslutande på att andelen folköl har sjunkit, från 9,4 procent år 2001 till 4,0 procent under 2024. Andelen starköl har däremot stigit under perioden, från 27,8 procent till 32,4 procent.

Typ av dryck och anskaffningskälla

I tabell 10 redovisas anskaffningen under perioden 2015–2024 fördelad på dryckeskategorier och deras respektive källor, exempelvis vin köpt på Systembolaget eller resandeförstärkt starköl. Kategorierna är rangordnade efter sina andelar av den totala anskaffningen år 2024, se även figur 8. Motsvarande uppgifter för hela perioden 2001–2024 återfinns i tabell 24 i tabellbilagan på CAN:s hemsida (CAN, 2025).

Tabell 10. Anskaffningen utifrån typ av dryck och dess källa, i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Procentuella andelar av den totala anskaffningen under perioden 2015–2024 samt förändringar i procentenheter under åren 2015–2019a, 2019b–2024 och 2023–2024. Rangordnade efter fördelningen 2024.

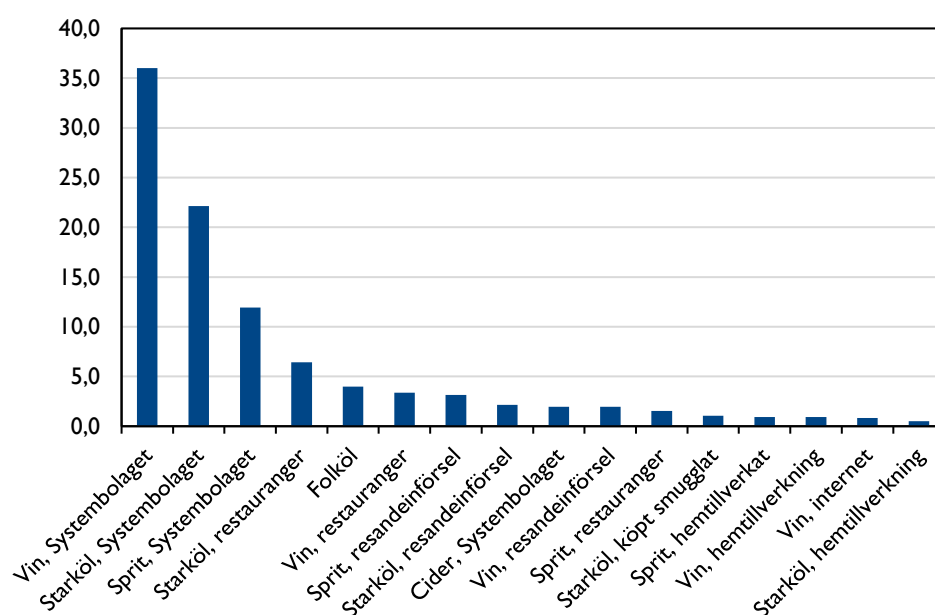
		2015	2016	2017	2018	2019a	2019b	2020	2021	2022	2023	2024	Förändring i procentenheter		
													2015-2019a	2019b-2024	2023-2024
1	Vin, Systembolaget	34,3	34,6	34,3	35,2	35,6	34,4	39,5	38,0	35,4	35,9	36,0	1,4	1,6	0,1
2	Starköl, Systembolaget	17,5	18,0	18,0	19,2	19,7	19,0	22,6	22,2	20,7	21,3	22,1	2,2	3,2	0,9
3	Sprit, Systembolaget	9,5	9,6	9,6	9,9	10,4	10,0	12,6	12,9	11,9	11,9	11,9	0,9	1,9	0,0
4	Starköl, restauranger	6,1	6,2	5,7	6,4	6,2	6,0	4,2	4,7	6,0	6,2	6,4	0,2	0,4	0,2
5	Folköl	5,2	5,2	4,9	4,9	4,8	4,7	4,8	4,6	4,3	4,1	4,0	-0,3	-0,7	-0,1
6	Vin, restauranger	2,9	3,1	3,1	3,2	2,9	2,8	2,0	2,5	3,3	3,3	3,4	0,0	0,6	0,0
7	Sprit, resandeförsäl	8,0	7,1	6,9	5,2	5,2	5,2	1,9	1,7	2,8	3,0	3,1	-2,8	-2,1	0,1
8	Starköl, resandeförsäl	2,6	2,7	3,5	2,8	3,3	3,0	1,3	1,5	2,7	2,1	2,2	0,6	-0,8	0,1
9	Cider, Systembolaget	1,2	1,2	1,3	1,5	1,5	1,5	1,7	1,8	1,8	1,9	1,9	0,4	0,5	0,1
10	Vin, resandeförsäl	2,4	2,5	2,9	2,3	2,6	3,2	1,4	0,9	2,3	1,9	1,9	0,1	-1,3	0,0
11	Sprit, restauranger	1,5	1,5	1,4	1,4	1,3	1,2	0,7	1,0	1,8	1,5	1,5	-0,2	0,3	0,1
12	Starköl, köpt smugglat	2,9	3,1	2,8	2,6	1,8	3,6	1,9	1,4	1,1	0,9	1,1	-1,1	-2,5	0,1
13	Sprit, hemtillverkat	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5	0,7	0,9	0,9	-0,1	0,6	0,1
14	Vin, hemtillverkning	0,6	0,7	0,6	1,1	0,7	0,7	0,7	1,0	1,2	1,2	0,9	0,1	0,2	-0,3
15	Vin, internet	0,6	0,7	0,7	0,6	0,7	0,8	1,2	1,4	1,2	0,9	0,8	0,1	0,1	-0,1
16	Starköl, hemtillverkning	0,9	0,6	1,0	0,8	0,8	0,8	0,8	1,0	0,8	0,6	0,5	-0,1	-0,3	-0,1

Källor: Monitormätningarna, Systembolaget, Folkhälsomyndigheten och Sveriges Bryggerier. Förändringarna är beräknade på estimat med två decimaler.



Även i den här tabellen är uppgifterna uppdelade för åren 2015–2019a enligt den gamla metodiken och enligt den nya för åren 2019b–2024. Förändringarna är angivna i procentenheter. De delmängder som presenteras i tabellen omfattar de kategorier vars andel överstiger 0,5 procent av den totala konsumtionen.

Drycker köpta på Systembolaget ligger högst i rangordningen. Den största kategorin var vin som köpts där. Under 2024 hade denna kategori en andel på 36,0 procent av den totala konsumtionen. Det är en mindre ökning jämfört med 2023. Den näst största kategorin var starköl köpt på Systembolaget med en andel på 22,1 procent under 2024. Det är en ökning med 0,9 procentenheter. På tredje plats återfinns sprit köpt på Systembolaget med en andel på 11,9 procent, vilket är oförändrat jämfört med 2023. Den fjärde kategorin i storleksordning var försäljningen av starköl på restaurang med en andel på 6,4 procent. Det är en ökning med 0,2 procentenheter jämfört med året innan. På femte plats återfinns folkölsförsäljningen som uppgick till 4,0 procent, vilket är en minskning med 0,1 enheter jämfört med 2023. Vin på restauranger hamnade på sjätte plats med en andel på 3,4 procent, vilket är oförändrat jämfört med året innan. Resandeförd sprit hade en andel på 3,1 procent och andelen resandeförd starköl var 2,2 procent. Övriga kategorier har en andel på mindre än 2 procent (se figur 8 och tabell 10).



Figur 8. Anskaffningen utifrån typ av dryck och dess källa, i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Procentuella andelar av den totala anskaffningen, rangordnade efter fördelningen 2024.



Utländska besökares köp i Sverige och svenskars konsumtion utomlands

Inledning

Syftet med Monitormätningarna är att beräkna den svenska befolkningens konsumtion på aggregerad, nationell nivå. Detta görs genom att summera den registrerade försäljningen i landet med de oregistrerade delmängderna, enligt den metodik som redovisas och används i den här rapporten. I den registrerade försäljningen i Sverige ingår emellertid även utländska besökares köp i landet. Det gäller för det första gränshandelsköp på Systembolaget, det vill säga inköp på Systembolaget som sedan förs tillbaka till hemlandet, framför allt till Norge, men även i viss mån till Finland och Danmark.

För det andra ingår utländska besökares köp för konsumtion i Sverige, både på Systembolaget och på restauranger. Däremot ingår inte svenskars konsumtion i samband med resor utomlands i beräkningarna. Dessa båda delmängder, alltså utländska besökares köp i Sverige och svenskars konsumtion utomlands, påverkar beräkningarna av den totala konsumtionen i olika riktningar. De båda delmängderna tar alltså till stor del ut varandra vid beräkningar av totalkonsumtionen bland svenskar.

Två tidigare studier har genomförts inom ramen för Monitormätningarna där svenskars konsumtion utomlands jämförts med utländska besökares köp i Sverige. Den ena studien omfattar perioden 2017–2020 (Trolldal & Åström, 2021), och den andra fokuserar på år 2022 (Trolldal, 2023). Tillvägagångssättet har varit i stort sett likartat i båda studierna, även om vissa skillnader förekommit.

Syftet har varit att beräkna svenskars konsumtion utomlands samt utländska besökares köp i Sverige. Uppgifter om utländska gränshandelsköp av alkohol i Sverige, framför allt den norska, redovisas i nästa avsnitt. Hur dessa beräkningar har genomförts tas alltså inte upp i detta avsnitt.

För att kunna beräkna utländska besökares köp i Sverige och svenskars konsumtion utomlands krävs uppgifter om antal utlandsresor, resornas längd i dagar samt alkoholintaget under dessa vistelser. För att genomföra beräkningarna har flera olika datakällor använts. Några av dessa har varit bristfälliga för detta syfte så vissa antaganden har därför behövt göras.

Resvanor

När det gäller svenskars resor utomlands så har det funnits vissa uppgifter om antalet fritidsresor, längden på resorna samt andelen affärsresor av det totala antalet resor. Motsvarande uppgifter för utländska besökare i Sverige saknas däremot.

För att göra en uppskattning av detta antal har i stället uppgifter från nationalräkenskaperna använts. Där finns uppgifter om den totala summan av



resenärernas utgifter i samband med resor redovisade, både för svenskar utomlands och utländska besökare i Sverige (SCB, 2025a). För att uppskatta antalet utländska besökares resor i Sverige har kvoten mellan dessa båda summor använts och applicerats på uppgifterna om svenskars utlandsvistelser.

Konsumtion under resor utomlands

För att beräkna mängden konsumerad alkohol per dag har Monitormätningarnas aktuella uppgifter om konsumtionen per år använts som bas för beräkningar av svenska resenärers konsumtion utomlands. WHO:s uppgifter om den genomsnittliga konsumtionen i Europa har använts som bas för beräkningar av utländska besökares konsumtion i Sverige (WHO, 2023).

Dessa uppgifter om årlig konsumtion har därefter räknats om till genomsnittlig konsumtion per dag. Denna genomsnittliga konsumtion per dag har därefter multiplicerats med det beräknade totala antalet dagar utländska besökare har varit i Sverige respektive antal dagar svenskar har varit utomlands.

Det är möjligt att personer som reser utomlands konsumerar mer alkohol än vad de i genomsnitt gör när de vistas hemma. Därför har tre nivåer på konsumtionen utomlands använts i beräkningarna. Den första nivån baseras på samma konsumtionsnivå utomlands som den genomsnittliga dagskonsumtionen hemma. Den andra nivån har beräknats utifrån ett antagande om att personer som reser utomlands dricker 25 procent mer än den genomsnittliga dagskonsumtionen hemma. I beräkningarna av den tredje nivån har en konsumtion som är 50 procent högre använts.

Resultat

Resultaten från dessa beräkningar och de olika antagandena om konsumtion under resor utomlands visar att skillnaden mellan utländska besökares köp i Sverige, inklusive den norska gränshandeln, och svenskars konsumtion utomlands var mycket liten både under perioden 2017–2020 och under år 2022. Detta gäller oavsett vilken nivå på konsumtionen vid resor utomlands som används.

Generellt sett uppgår skillnaden mellan de publicerade uppgifterna i Monitor och de korrigerade uppgifterna till delar av en procent. Under perioden 2017–2020 var skillnaden i genomsnitt $-0,8$ procent för den lägsta uppskattade konsumtionsnivån utomlands och $+0,2$ procent för den högsta. I studien för år 2022 var motsvarande skillnader $-0,3$ procent respektive $0,0$ procent.

Uppdatering för 2024

Tillväxtverket har till uppgift att ta fram statistik över svenskars resande utomlands, men några uppgifter för 2024 har inte redovisats vid tidpunkten för den här rapportens publicering (Tillväxtverket, 2025). Det innebär att det inte är möjligt att genomföra några förnyade analyser av alkoholkonsumtionen utomlands på samma sätt som tidigare.



Två viktiga variabler i beräkningarna finns dock tillgängliga för 2024. Det gäller uppgifterna från nationalräkenskaperna om den totala summan av resenärers utgifter i samband med resor, både för svenskar utomlands och för utländska besökare i Sverige (SCB, 2025a).

Nettot av utländska besökares utgifter i Sverige och svenskars utgifter vid resor utomlands var ungefär lika stort år 2024 som 2022. Svenskars utgifter vid resor utomlands var större än utländska besökares utgifter i Sverige.

Samtidigt var dock även den norska gränshandeln med alkohol i Sverige lika stor under 2024 som 2022, se nästa avsnitt. Dessa båda storheter är centrala i beräkningarna av nettot mellan svenskars konsumtion av alkohol utomlands och utländska besökares köp av alkohol i Sverige. Eftersom dessa storheter var i stort sett lika stora under 2024 som 2022 kan med största säkerhet resultaten från de beräkningar som genomförts för år 2022 även appliceras på 2024.

Slutsatser

Slutsatsen av dessa studier är att de i Monitormätningarna publicerade uppgifterna om den totala anskaffningen av alkohol i Sverige mycket väl kan användas som mått på svenskars konsumtion av alkohol oavsett var den äger rum.

Norsk gränshandel med alkohol i Sverige

Inledning

Många norska invånare reser till Sverige för att handla, inte bara livsmedel och alkoholdrycker utan även andra varor. Bakgrunden är att prisnivån generellt är högre i Norge än i Sverige (Fri Köpenskap, 2024). I detta avsnitt beräknas omfattningen av den norska gränshandeln med alkohol i Sverige under perioden 2016–2024. Tidigare har motsvarande beräkningar presenterats i separata CAN-rapporter.

Metod

I detta avsnitt definieras gränshandeln som köp genomförda med norska betalningsmedel i Systembolagsbutiker belägna i kommuner som gränsar till Norge. Definitionen omfattar även norska beställningar via Systembolagets ombud i dessa kommuner. Totalt finns 23 kommuner som gränsar till Norge. Det är Arjeplog, Arvika, Bengtsfors, Berg, Dals-Ed, Eda, Gällivare, Härjedalen, Jokkmokk, Kiruna, Krokom, Malung-Sälen, Sorsele, Storuman, Strömstad, Strömsund, Sunne, Tanum, Torsby, Vilhelmina, Åre, Årjäng och Älvdalen.

I den här studien kallas dessa kommuner även för gränskommuner. Med norska betalningsmedel avses köp med norska bankkort samt, fram till mitten av 2020, även med norska kontanter. För beställningar och köp via Systembolagets



ombud saknas dock uppgifter om vilket betalningsmedel som använts. I denna studie har därför beställningar som genomförts av personer med norsk adress definierats som gränshandel. Endast aggregerade uppgifter om betalningsmedel och beställningar har använts. Dessa uppgifter har tillhandahållits av Systembolaget.

Resultat

I tabell 11 redovisas den norska gränshandeln både totalt och uppdelad på köp i Systembolagets butiker respektive beställningar hos ombud, uttryckt i liter ren alkohol under perioden 2016–2024. Gränshandeln ökade under åren 2016–2019, men minskade kraftigt under pandemiåren 2020 och 2021. Därefter har den åter ökat, men har ännu inte nått upp till nivåerna före pandemin.

Det framgår vidare att köpen i Systembolagets butiker dominerar den norska gränshandeln jämfört med handel via ombud i gränskommunerna. Under perioden utgjorde köp i Systembolagets butiker över 90 procent av gränshandeln, med undantag för 2020 då andelen var 89 procent. Samtidigt har andelen köp via ombud i gränskommunerna ökat under perioden.

Under perioden 2016–2024 var den norska gränshandeln som störst år 2019, med drygt 2,6 miljoner liter ren alkohol. År 2024 uppgick den till drygt 1,9 miljoner liter, vilket motsvarar en minskning på cirka 26 procent jämfört med 2019.

Tabell 11. Norsk gränshandel i Sverige, i liter ren (100 %) alkohol, 2016–2024.

	Norsk gränshandel i gränsbutiker		Norsk gränshandel hos gränsombud		Total norsk gränshandel	
	Liter	%	Liter	%	Liter	%
2016	2 084 594	96	85 855	4	2 170 449	100
2017	2 184 935	94	140 571	6	2 325 506	100
2018	2 348 867	93	181 647	7	2 530 514	100
2019	2 408 218	92	212 391	8	2 620 609	100
2020	574 755	89	70 985	11	645 740	100
2021	693 264	91	68 467	9	761 731	100
2022	1 769 925	92	153 150	8	1 923 075	100
2023	1 701 662	91	163 594	9	1 865 256	100
2024	1 758 656	91	179 913	9	1 938 569	100

Några möjliga förklaringar till denna minskning är skillnader i inflationstakt mellan de två länderna samt förändringar i valutakursen. Inflationen var något högre i Sverige än i Norge under perioden 2019–2024, vilket gjorde svenska varor relativt dyrare för norska konsumenter. Under dessa år ökade inflationen med 24,2 procent i Sverige, jämfört med 20,6 procent i Sverige (Statistics Norway, 2025; SCB, 2025b).

Dessutom försvagades den norska kronan under perioden. Jämfört med 2019 steg värdet av 100 svenska kronor från 93 till 102 norska kronor, vilket ytterligare har gjort svenska varor dyrare för norska konsumenter (Sveriges riksbank, 2025).

I tabell 12 redovisas den norska gränshandeln och Systembolagets totala försäljning, uttryckt i liter ren alkohol. Under åren 2016–2019 utgjorde gränshandeln mellan 4,6 och 5,3 procent av Systembolagets totala försäljning. Under pandemiåren sjönk andelen kraftigt till 1,2 procent respektive 1,4 procent, för att därefter öka till 3,6 procent år 2022 och 3,5 procent år 2023. Under 2024 ökade andelen marginellt till 3,6 procent igen.

Motsvarande beräkningar har även gjorts för dansk och finsk gränshandel i Sverige. Resultatet visar att den danska gränshandeln uppgick till 0,01 procent av Systembolagets försäljning, medan den finska uppgick till 0,57 procent under 2024. Det innebär att gränshandeln med dessa länder är betydligt mindre än den norska.

Tabell 12. Norsk gränshandel i Sverige och Systembolagets försäljning i liter ren alkohol, 2016–2024.

	Norsk gränshandel i Sverige (liter)	Systembolagets totala försäljning (liter)	Andel norsk gränshandel av Systembolagets försäljning	Norsk gränshandel per svensk invånare 15 år och äldre (liter)
2016	2 170 449	47 022 400	4,6 %	0,27
2017	2 325 506	47 226 008	4,9 %	0,28
2018	2 530 514	48 737 069	5,2 %	0,30
2019	2 620 609	49 458 069	5,3 %	0,31
2020	645 740	55 270 008	1,2 %	0,08
2021	761 731	55 976 688	1,4 %	0,09
2022	1 923 075	53 895 548	3,6 %	0,22
2023	1 865 256	53 297 394	3,5 %	0,21
2024	1 938 569	53 234 136	3,6 %	0,22



Tabell 13. Den norska gränshandelns och Systembolagets omsättning, i miljoner svenska kronor, inklusive moms, 2016–2024.

	Norsk gränshandel i miljoner SEK	Systembolagets omsättning i miljoner SEK	Andel norsk gränshandel i procent
2016	1 600	35 600	4,5 %
2017	1 800	36 700	4,9 %
2018	2 000	38 600	5,2 %
2019	2 100	40 300	5,2 %
2020	500	45 900	1,1 %
2021	638	47 600	1,3 %
2022	1 650	46 500	3,6 %
2023	1 669	47 650	3,5 %
2024	1 797	49 187	3,7 %

I tabell 13 redovisas den norska gränshandeln tillsammans med Systembolagets omsättning i miljoner svenska kronor samt gränshandelns andel av omsättningen per år. Denna andel har under perioden i stort motsvarat den nivå som beräknas utifrån försäljningen i ren alkohol. Det indikerar att norska kunder i genomsnitt köper alkohol i ungefär samma prisklasser som svenska kunder.

Sammanfattning och slutsatser

År 2024 uppgick den norska gränshandeln till 3,6 procent av Systembolagets försäljning mätt i ren alkohol. Det är på ungefär samma nivå som åren 2022 och 2023, vilket är högre än under pandemiåren men lägre jämfört med före pandemin. Gränshandeln tycks därmed ha stabiliserats på en ny normalnivå. Den norska gränshandeln i Sverige är dock fortfarande betydligt mer omfattande än den danska och finska.

Norsk gränshandel definieras som köp eller beställningar av alkohol i Sverige för konsumtion i Norge. Det är dock möjligt att en viss del av de beräknade volymerna i stället konsumeras i Sverige. Dessutom kan svenskar med norska bankkort genomföra köp i Sverige. Sammantaget innebär detta att den faktiska omfattningen av gränshandeln skulle kunna vara något lägre än vad beräkningarna visar.

Samtidigt kan emellertid norska invånare genomföra ”gränshandelsköp” eller beställningar hos ombud även i andra kommuner än i de 23 som i den här studien definieras som gränskommuner. Dessutom kan norska invånare även genomföra gränshandelsköp med svenska betalningsmedel. Sammantaget innebär detta att de uppmätta nivåerna i den här studien med stor sannolikhet mäter den norska gränshandeln med alkohol relativt väl.



Avslutande sammanfattning

Alkoholkonsumtionen sjönk under 2024, vilket är en del i en långsiktig trend sedan mitten av 00-talet. Sedan 2019 har konsumtionen i genomsnitt sjunkit med drygt 1 procent per år, men minskningen har accentuerats under senare år. Detta avspeglas i en kraftigt minskad alkoholrelaterad dödlighet. Mellan åren 2023 och 2024 sjönk denna dödlighet med 13 procent enligt Socialstyrelsens statistikdatabas för dödsorsaker (SoS, 2025). Den procentuella minskningen var ungefär lika stor för både kvinnor och män. Konsumtionen av de större dryckeskategorierna sprit, vin och starköl har alla minskat sedan 2019.

Även om den registrerade försäljningen i Sverige har minskat under de senaste åren har den registrerade *andelen* av totalkonsumtionen ökat. Den ligger nu på den högsta andelen sedan Monitormätningarna började år 2001, bortsett från pandemiåren 2020 och 2021.

På motsvarande sätt har den oregistrerade konsumtionen minskat. Detta avspeglas både i en kraftigt minskad resandeförsel och i minskade köp av smugglad alkohol. Detta visar sig bland annat när det gäller den andel av spritkonsumtionen som kommer från registrerade källor. För ungefär 20 år sedan var denna andel cirka 40 procent, men har under senare år ökat till närmare 75 procent.

Den ökade andelen registrerad konsumtion beror framför allt på den ökade försäljningen på Systembolaget sedan åren före pandemin. Trots att försäljningen minskade något under 2024 uppgick Systembolagets andel till 72 procent. Det är, med undantag för pandemiåren, den högsta nivån som uppmätts sedan Monitormätningarna började år 2001.



Referenser

I den här listan återfinns referenserna till den här rapporten. Dessutom redovisas samtliga rapporter från Monitormätningarnas alkoholdel, som publicerats av CAN sedan 2013.

CAN (2025). Alkoholkonsumtionen i Sverige 2001–2024. Tabellbilaga:
<https://www.can.se/publikationer/alkoholkonsumtionen-i-sverige-2001-2024>

Fri Köpenskap (2024) https://www.fri-kopenskap.se/article/view/1083094/granshandelns_miljardtapp_2023

Guttormsson U (2024). *Befolkningens självrapporterade alkoholvanor 2004–2023*. Rapport 229. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Guttormsson U (2023). *Norsk gränshandel med alkohol i Sverige. 2016–2022*. Rapport 218. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Guttormsson U (2023). *Befolkningens självrapporterade alkoholvanor 2004–2022*. Rapport 222. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Guttormsson U (2022). *Befolkningens självrapporterade alkoholvanor 2004–2021*. Rapport 213. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Guttormsson U (2021). *Befolkningens självrapporterade alkoholvanor 2004–2020*. Rapport 204. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Guttormsson U (2020). *Befolkningens självrapporterade alkoholvanor 2004–2019*. Rapport 195. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Guttormsson U (2019). *Befolkningens självrapporterade alkoholvanor 2004–2018*. Rapport 186. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Guttormsson U & Gröndahl M (2018). *Befolkningens självrapporterade alkoholvanor 2004–2017*. Rapport 173. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.



Guttormsson U & Gröndahl M (2017). *Trender i dryckesmönster – befolkningens självrapporterade alkoholvanor under 2000-talet*. Rapport 168. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning, Stockholm.

Guttormsson U & Trolldal B (2022). *Norsk gränshandel med alkohol i Sverige. 2016–2020*. Rapport 208. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning, Stockholm.

Guttormsson U & Trolldal B (2020). *Norsk gränshandel med alkohol i Sverige*. Rapport 190. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning, Stockholm.

Kühlhorn E Hibell B Larsson S Ramstedt M & Zetterberg HL (1999). *Alkoholkonsumtionen i Sverige under 1990-talet*. Stockholm. OAS, Socialdepartementet.

Källebring N (2021). *Bortfall i Monitormätningarna*. Rapport 201. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning, Stockholm.

Leifman H & Trolldal B (2014b). *Alkoholkonsumtionen i Sverige 2013*. Rapport 142. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning, Stockholm.

Leifman H & Trolldal B (2014a). *Hur mycket dricker svensken? – alkoholkonsumtionen i siffror 2001–2012*. Rapport 140. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning, Stockholm.

Leifman H (2000). *The measurement of alcohol-related problems in Sweden*. Journal of Substance Abuse, 12, 197–212. (Special Issue: Measuring alcohol consumption).

Nyfjäll M & Trolldal B (2022). *Estimating total alcohol consumption in the Monitor survey – an updated technical description of the estimating method*. Rapport 207. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning, Stockholm.

Nyfjäll M & Trolldal B (2019). *Estimating total alcohol consumption in the Monitor survey – a technical description of the estimating method*. Rapport 182. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning, Stockholm.

Ramstedt M (2010). *How much alcohol do you buy? A comparison of self-reported alcohol purchases with actual sales*. Addiction, 105, 649–654.

Ramstedt M m.fl. (2013). I Socialdepartementet: Uppföljning av regeringens alkohol-, narkotika-, dopnings- och tobaksstrategi, nummer 2. Kapitel 10. *Hur ska alkoholförseln mätas? – en genomgång av tillgängliga indikatorer och förslag på en reviderad metod*. Stockholm: Regeringskansliet.

Raninen J (2015). *Ingen dricker som Svensson – om svenska befolkningens dryckesvanor*. Rapport 153. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning, Stockholm.



Rådets direktiv (92/12/EEG). Om allmänna regler för punktskattepliktiga varor och om innehav, flyttning och övervakning av sådana varor (cirkulationsdirektivet).

SCB (2025). Statistiska centralbyrån: Statistikdatabasen. Nationalräkenskaperna: Tjänstehandel i miljoner kronor, export och import efter tjänsteslag. År 1982 – 2024:
https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START__HA__HA0202/HA0202TjanstHArN/

SCB (2025). Statistiska Centralbyrån. Konsumentprisindex (KPI):
https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START__PR__PR0101__PR0101A/KPItotM/

SFS 2000:1225 (2000). *Lag om straff för smuggling*. Svensk Författningssamling. Stockholm: Finansdepartementet.

SFS 2010:1622 (2010). *Alkohollag*. Svensk Författningssamling. Stockholm: Socialdepartementet.

SoS (2025). Socialstyrelsen, statistikdatabas för dödsorsaker:
https://sdb.socialstyrelsen.se/if_dor/val.aspx

Statistics Norway (2025). <https://www.ssb.no/priser-og-prisindekser/konsumpriser/statistikk/konsumprisindeksen>

Sveriges riksbank (2025). Räntor och valutakurser:
<https://www.riksbank.se/sv/statistik/rantor-och-valutakurser/sok-rantor-och-valutakurser/>

Tillväxtverket (2025). Svenskars resande:
<https://tillvaxtverket.se/tillvaxtverket/statistikochanalys/statistikomturism/svenskarsresande.2129.html>

Trolldal B (2024). *Alkoholkonsumtionen i Sverige 2001–2023*. Rapport 231. Centraförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Trolldal B (2023). *Alkoholkonsumtionen i Sverige 2001–2022*. Rapport 221. Centraförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Trolldal B (2022). *Alkoholkonsumtionen i Sverige 2001–2021*. Rapport 212. Centraförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Trolldal B (2020). *Alkoholkonsumtionen i Sverige 2019*. Rapport 193. Centraförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Trolldal B (2019). *Alkoholkonsumtionen i Sverige 2018*. Rapport 184. Centraförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Trolldal B (red.) (2016). *Alkoholkonsumtionen i Sverige 2015*. Rapport 160. Centraförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.



Trolldal B (2019). *Resandeförsel och köp av smugglad alkohol 2009–2018*. Rapport 189. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Trolldal B & Leifman H (2018). *Alkoholkonsumtionen i Sverige 2017*. Rapport 175. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Trolldal B & Leifman H (2017). *Alkoholkonsumtionen i Sverige 2016*. Rapport 167. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Trolldal B & Leifman H (2015). *Hur mycket dricker svensken? Registrerad och oregistrerad alkoholkonsumtion 2001–2014*. Rapport 152. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Trolldal B Guttormsson U & Leifman H (2017). *Registrerad och oregistrerad alkohol i Sveriges län 2001–2016*. Rapport 165. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Trolldal B & Åström V (2021). *Alkoholkonsumtionen i Sverige 2001–2020*. Rapport 202. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

WHO (2023). World health statistics.
<https://www.who.int/data/gho/publications/world-health-statistics>



Bilaga I: Material och metod

Monitormätningarnas utgångspunkter

Inledning

I Monitormätningarna summeras den registrerade delen av alkoholanskaffningen med den oregistrerade delen för att på det sättet skapa en helhetsbild av den totala konsumtionen i landet. Den registrerade delen inkluderar alkohol som säljs inom landet, det vill säga på Systembolaget, restauranger och i livsmedelsbutiker. Denna del kallas för registrerad eftersom försäljningen via dessa kanaler finns statistikförd hos Systembolaget, Folkhälsomyndigheten och Sveriges Bryggerier.

Den oregistrerade delen består av alkohol som tas in i landet i samband med resor, hemtillverkning, köp av smugglad alkohol och köp via internet. Av naturliga skäl saknas det officiell statistik för denna del av alkoholanskaffningen. Den kartläggs i stället med hjälp av Monitormätningarnas löpande frågeundersökning som årligen omfattar drygt 18 000 personer. Sedan starten år 2000 har mer än 440 000 deltagit i undersökningen.

För att minska effekterna av olika faktorer som kan snedvrider svaren i frågeundersökningen, bygger den på fyra centrala principer:

1. Undvikande av mått på konsumtionsplanet

En av orsakerna till att frågor om konsumtion undviks är att respondenterna kan ha svårigheter med att avgöra ursprunget till de drycker de konsumerar. Mätningarna avser således anskaffning och inte konsumtion av alkohol. Uppgifterna om anskaffning används däremot som ett mått på konsumtionen eftersom det som anskaffas förr eller senare konsumeras. Över en längre tidsperiod är konsumtionen i princip densamma som anskaffningen på regional och nationell nivå. Det bör dock nämnas att i frågeundersökningen ställs även direkta frågor om konsumtion av olika alkoholdrycker (oberoende av anskaffningskälla). På så sätt kan konsumtionen i olika grupper av befolkningen studeras. Resultaten baserade på dessa frågor redovisas i separata rapporter, se CAN:s hemsida.

2. Kort observationstid

För att minimera risken för glömskeeffekter och teleskopering är det viktigt med så kort observationstid som möjligt. (Teleskopering innebär att respondenten förstorar ovanliga händelser eller förflyttar fram dem över tid.) I undersökningen ställs därför frågor om respondenternas anskaffning under de senaste 30 dagarna.

3. Mätning på aggregerad nivå

Frågorna i den här delen av mätningarna avser anskaffning av alkoholdrycker, där de oregistrerade delmängderna summeras med de registrerade. Det innebär att resultaten avser utvecklingen av konsumtionen på aggregerad, nationell eller regional nivå, och således inte på individnivå.

4. Korrigering av självrapporterade uppgifter

Eftersom de oregistrerade delmängderna som fångas in i undersökningen ofta är behäftade med olika felkällor, bland annat till följd av bortfall, underrapportering men också överrapportering, genomförs vissa korrigeringar. Dessa korrigeringar baseras på svar på frågor i undersökningen om mängden alkohol som respondenterna uppger att de har köpt på Systembolaget. De aggregerade svaren jämförs med den faktiska försäljningen och skillnaden mellan respondenternas uppgivna köp och Systembolagets faktiska försäljning används som en korrigeringsfaktor. Denna faktor används för att på ett mer korrekt sätt beräkna de olika delmängderna oregistrerad alkohol. Dessa faktorer beräknas för varje dryckeskategori.

Denna korrigeringsteknik är central för att på ett mer korrekt sätt fånga upp de oregistrerade delmängderna. Denna procedur har varit en förutsättning för att kunna jämföra de uppgivna delmängderna före och efter den metodförändring som genomfördes 2019/2020. I korrigeringen tas också hänsyn till att de olika oregistrerade delmängderna i varierande grad är koncentrerade till dem som dricker allra mest, en grupp som är överrepresenterad i bortfallet. Se avsnittet ”Korrigering av de självrapporterade oregistrerade delmängderna” nedan. För en teknisk beskrivning av den metodik som används, se Nyfjäll & Trolldal (2022).

Mätprocedur och urvalsmetod

Sedan 2013 är urvalet av respondenter individbaserat, och både mobilnummer och fasta telefonnummer används för kontakt. Tidigare användes RDD-metoden, det vill säga random digit dialing, vilket innebar att slumpmässigt genererade telefonnummer ringdes upp. Om flera personer bodde i hushållet valdes intervjupersonen med hjälp av födelsedagsmetoden. I slutet på 00-talet sjönk svarsfrekvensen bland yngre personer. Detta ledde till att RDD-urvalet kompletterades med ett individurval av yngre respondenter. Se Källebring (2021), för en fördjupad historisk beskrivning.

Sedan 2013 används följaktligen ett renodlade individurval. Urvalet levereras av företaget Marknadsinformation. Det baseras på en databas med samtliga, för undersökningar, tillgängliga telefonabonnenter med mobila eller fasta abonnemang. Åldersintervallet för urvalet är 17–84 år. Denna databas är hämtat ur en större databas som heter SPAR som täcker alla mantalsskrivna personer i landet. Täckningsgraden i det telefonnummersatta urvalet beräknas vara ungefär 60 procent.

Monitormätningarnas frågeundersökning genomförs både genom självadministrerade frågeformulär och traditionella telefonintervjuer, se nästa avsnitt. Det



självadministrerade formuläret skickas till respondenternas mobiltelefoner, som en länk i ett sms tillsammans med ett inbjudningsmeddelande. Om respondenten inte besvarat enkäten efter fyra dagar får personen ett nytt sms som påminnelse. Om frågorna inte har besvarats efter ytterligare fyra dagar förs det aktuella dagsurvalet över till telefonsystemet för uppringd bearbetning. Innan den första påringningen för telefonintervju genomförs så skickas ett aviserings-sms till varje respondent.

Under senare år har andelen i befolkningen som har ett registrerat telefonnummer minskat. Andelen är lägre bland yngre än bland äldre. Som ett komplement till telefonurvalet dras ett separat urval från SPAR av 17–29 åringar som kontaktas via brevutskick där missivbrevet har en länk till den digitala enkäten.

Ett nytt urval börjar användas varje vecka. Varje veckourval bearbetas under en fyraveckorsperiod, vilket också innebär att sökperioden för att nå en individ för en telefonintervju uppgår till fyra veckor. Ett nytt veckourval tillkommer således varje vecka, vilket innebär att fyra veckourval bearbetas parallellt.

Antalet uppringningsförsök är störst under den första veckan, för att successivt minska under de kommande veckorna. Efter att vid ett specificerat antal tillfällen försökt att nå en respondent på den mobila telefonen, byts nummer till den fasta telefonen och vice versa. Detta byte gäller av naturliga skäl endast de som har registrerade nummer till både mobilt och fast abonnemang. Antalet uppringningsförsök uppgår till maximalt 30 under en fyraveckorsperiod, men i praktiken görs ungefär 20 försök hos dem som inte nås. Telefonintervjuer liksom frågeformulär är endast möjliga att besvara på svenska.

Utskick av sms-länkar och telefonintervjuer genomförs kontinuerligt. Intervjuer genomförs under alla veckodagar utom vissa dagar under storhelger. Totalt medverkar ungefär 350 personer per vecka, vilket motsvarar drygt 18 000 per år. Den genomsnittliga intervjutiden uppgår till ungefär nio minuter. Totalt har drygt 440 000 personer medverkat i Monitormätningarna sedan starten under år 2000. Till och med år 2012 omfattade urvalet 16–80-åringar. År 2013 höjdes gränsen för de yngsta till 17 år och den övre åldersgränsen höjdes till 84 år. Sedan dess omfattar urvalet 17–84-åringar.

Ny undersökningsmetodik 2019/2020

I syfte att minska bortfallet och för att göra undersökningen mer attraktiv för olika grupper av respondenter infördes vid årsskiftet 2019/2020 en möjlighet för respondenterna att själv besvara undersökningen via ett digitalt frågeformulär. Initialt får alla i urvalet med mobilnummer ett erbjudande om att besvara frågorna genom en länk till formuläret som skickas via sms. De som väljer att avstå från att besvara formuläret på detta sätt blir efter ett antal dagar kontaktade för en telefonintervju, se avsnittet ovan.

Eftersom en sådan metodförändring kan ge upphov till resultatskillnader i form av nya svarsmönster och/eller förändrad sammansättning av respondenter,



genomfördes ett test för att ta reda på om införandet av den nya svarsvägen påverkat svarsmönstren. Detta test utfördes parallellt med den ordinarie datainsamlingen under 2019 och omfattade ungefär 9000 respondenter.

I testet valde över hälften av respondenterna (53 %) att svara via mobillänken. Resterande intervjuer genomfördes på traditionellt sätt via mobiltelefon (37 %) respektive fast telefoni (10 %). Den nya intervjumetoden ökade svarsfrekvensen något jämfört med den normala datainsamlingen 2019, från 28 till 29 procent. Eftersom testet befanns framgångsrikt beslöts att införa sms-länk som ett permanent svarsvägsalternativ från och med 2020.

Undersökningens bortfall och viktning

Alla uppgifter som avser anskaffning av alkohol som inte sålts genom de i Sverige registrerade försäljningskanalerna, är beräknade med hjälp av resultaten från den ovan beskrivna frågeundersökningen. Det gäller resandeförsel, köp av smugglad alkohol, hemtillverkning och köp via internet. Systembolagets onlineförsäljning ingår dock inte i kategorin "köp via internet". Den försäljningen ingår i Systembolagets försäljningsstatistik, som redovisas inom ramen för den registrerade försäljningen.

Bortfallet i studien utgörs av respondenter som av olika skäl inte gått att nå för intervju eller som har avböjt att delta. I likhet med flertalet andra frågeundersökningar baserade på befolkningsurval, är svarsbortfallet idag högre än i början av 2000-talet.

Under studiens första år, fram till 2004, låg bortfallet på omkring 40 procent. Därefter ökade det till över 50 procent under åren 2007–2008 och vidare till cirka 65 procent år 2013. År 2014 uppgick bortfallet till 67 procent, följt av 73 procent år 2015 och 74 procent under perioden 2016–2018. År 2019 minskade bortfallet något till 72 procent och under 2020 sjönk det ytterligare till 67 procent. År 2021 låg nivån på 66 procent, för att sedan stiga till 69 procent år 2022. Under 2023 och 2024 uppgick bortfallet återigen till 72 procent.

Det är dock viktigt att poängtera att antalet intervjuade personer alltid uppgår till ungefär 1 500 varje månad. Det som definieras som bortfall i undersökningen är gruppen av personer som av olika skäl inte gått att nå för intervju eller som inte velat ingå i undersökningen. Denna grupp har alltså ersatts av andra respondenter som intervjuats i stället.

Ett sätt att korrigera för de representativitetsproblem som uppstår till följd av svarsbortfall, eller att urvalsramen initialt inte täckt hela den aktuella populationen, är att vikta de intervjuade personerna så att de i olika avseenden liknar den population som ska beskrivas. Sedan starten och fram till 2019 viktades respondenternas svar med avseende på kön (2 grupper), ålder (4 grupper) samt H-regiontillhörighet (3 grupper), så att sammansättningen av de



intervjuade motsvarade proportionerna i befolkningen för dessa tre egenskaper. (H-regionindelningen grupperar landets kommuner efter invånartäthet.)

Som en del av den metodförändring som genomfördes 2019/2020 infördes ett nytt viktningsförfarande baserat på fler variabler. Monitormätningarna inkluderar bland annat bakgrundsfrågor om utbildningsnivå och om personen är född i Sverige eller inte. Det är känt att alkoholvanorna kan variera med avseende på dessa egenskaper. Eftersom personer med lägre utbildningsnivå respektive utländsk bakgrund visat sig vara underrepresenterade bland de svarande (Källebring, 2021) beslöts att dessa egenskaper skulle inkluderas i den nya vikten. Detta innebär att datamaterialet viktas med avseende på kön (2 grupper) boenderegion, (3 grupper baserat på SKR:s kommungruppsindelning), ålder (4 grupper), utbildningsnivå (2 grupper) samt utländsk bakgrund (2 grupper). Detta detaljerade viktningsförfarande förutsätter dock att vikten beräknas av en kombinerad metod av cellviktning (individnivå) och marginalviktning (grupp-nivå).

Vad gäller utbildningsnivå går skiljelinjen mellan de som har högskole-/universitetsutbildning, och inte. Att ha utländsk bakgrund definieras som att vara utlandsfödd eller att ha båda föräldrarna födda utomlands, medan övriga återfinns i den andra gruppen. Boenderegion handlar om huruvida boendekommunen definierats höra till storstadsområde, större stad eller övrig kommuntyp.

Under 2024 skedde ett relativt stort skifte i svarssätt hos respondenterna, från självadministrerade enkäter till telefonintervjuer. För att korrigera för eventuella effekter av detta skifte infördes en korrigeringsvikt. Det innebär att andelarna som besvarade enkäten via de båda svarssätten blev desamma under 2024 som under 2023.

Extremvärden

Det kan av olika skäl förekomma extremvärden i datamaterialet. Det kan bland annat bero på att de intervjuade personerna har uppgivit felaktiga uppgifter eller på manuella felkodningar. Det är viktigt att korrigera för dessa extremvärden, eftersom de beräknade volymerna annars kan bli missvisande. Det gäller speciellt de mindre delmängderna. Ett exempel på detta är orimliga uppgifter om antal resor eller köp. I Monitormätningarna används därför ett tak på 20 resor, 20 köp av smugglad alkohol och 20 köp på Systembolaget under den senaste 30-dagarsperioden. Vid beställningar på internet används ett tak på 10 under samma period. Ett annat exempel är den övre gräns på 10 liter, som används som gräns för hur mycket en resenär kan föra med sig vid resor med flyg. Större volymer än så har inte ansetts rimliga för det färdssättet.

Standardisering för ålder och alkoholhalter

Enligt internationell praxis beräknas normalt per capita-konsumtionen av alkohol per invånare 15 år och äldre. Detta beror på att befolkningsstrukturen kan skilja sig åt mellan länder, liksom mellan olika tidsperioder inom ett och samma



land. Denna praxis tillämpas även i Monitormätningarna. När det gäller den registrerade konsumtionen har all försäljning i landet räknats om till liter ren (100 %) alkohol. Denna summa har i sin tur dividerats med antalet personer i befolkningen som var 15 år och äldre den 31 december respektive år. År 2024 uppgick antalet invånare som var 15 år eller äldre till 8 809 242 personer.

I Monitormätningarna förändrades dock åldersintervallet 2013, från 16–80 år till 17–84 år. Detta justeras genom användningen av korrigeringsfaktorerna. Dessa faktorer utgår från relationen mellan de intervjuade personernas självrapporterade köp på Systembolaget, och Systembolagets faktiska försäljningsvolym, som inkluderar alla köp oavsett kundernas ålder. I uppräknningen anpassas på så sätt Monitormätningarnas snävare åldersintervall till Systembolagets bredare (se nästa avsnitt). För ytterligare information hänvisas till Nyfjäll & Trolldal (2022).

I resultatavsnittet redovisas de olika delmängderna anskaffad alkohol per invånare 15 år och äldre med två decimaler. Syftet är att synliggöra förändringar i anskaffningen av relativt små delmängder på ett bättre sätt, jämfört med om färre decimaler användes. Denna exakthet bör dock tolkas med viss försiktighet. Denna försiktighet bör även gälla tolkningen av de procentuella förändringarna som oftast anges med en decimal.

När respondenternas svar på frågorna om resandeförsel, köp av smugglad alkohol och så vidare sammanställs, erhålls mängderna av respektive dryck i volymliter. För att kunna jämföra dessa delmängder med varandra och över tid, och för att kunna summera den totala mängden anskaffad alkohol, räknas alla volymer om till antal liter i ren alkohol. Vid dessa beräkningar används Systembolagets alkoholhalter, baserade på deras försäljning av respektive typ av dryck respektive år. Resultaten uttrycks följaktligen i liter ren (100 %) alkohol.

När det gäller försäljningen på restauranger med serveringstillstånd, används Systembolagets alkoholhalter för de kategorier som Folkhälsomyndigheten använder i redovisning av restaurangförsäljningen.

Registrerad försäljning

De i Sverige registrerade försäljningskanalerna består av försäljning på Systembolaget, av folköl i livsmedelsbutiker och av servering på restauranger. Uppgifterna om försäljningen på Systembolaget erhålls direkt från Systembolaget. Försäljning på restauranger baseras på partihandlarnas rapporterade uppgifter som publiceras av Folkhälsomyndigheten.

Det förekommer dock ett visst bortfall i partihandlarnas redovisning till Folkhälsomyndigheten, vilket innebär att de publicerade uppgifterna om restaurangförsäljningen kan vara behäftade med en viss underskattning. Hur stor denna felkälla kan vara är emellertid oklart.



Försäljningen av folköl beräknas av företaget Delfi Marknadspartner AB, på uppdrag av Sveriges Bryggerier. Delfi redovisar uppgifter om försäljning från de företag som ingår i deras undersökningar, vilket är den övervägande majoriteten. För övriga företag görs en uppskattning. Detta innebär att det, även för den uppgivna folkölsförsäljningen, finns en viss felmarginal. I de uppgifter om folkölsförsäljningen som publiceras i den här rapporten ingår även den försäljning som sker på restauranger eller på andra serveringsställen. Den delen uppgår till knappt 1 procent av den totala folkölsförsäljningen och redovisas inte separat.

Dryckeskategorin ”cider och blanddrycker” särredovisas inte i den officiella restaurangstatistiken. Dessa drycker redovisas i respektive huvudkategori i stället, det vill säga som sprit, vin eller starköl. Denna kategorisering baseras på den tillverkningsteknik som använts vid framställningen av respektive dryck. Detta får till följd att uppgifterna om total anskaffning av cider inte ger en fullständig bild av konsumtionen av dessa drycker i landet. I den här rapporten ingår även så kallade blanddrycker och ”alkoläsk” i dryckeskategorin ”cider”.

Oregistrerade delmängder

Resandeförsel och smugglade alkoholdrycker

De oregistrerade delmängderna består av resandeförsel, köp av smugglad alkohol, köp via internet och hemtillverkning. Det är väsentligt att skilja på alkohol som förs in i landet i samband med resor, så kallad resandeförsel, och den som smugglas in i landet i syfte att säljas vidare. Den avgörande skillnaden är om införseln sker i kommersiellt syfte eller inte. Det vill säga om de införda dryckerna förs in i landet för eget bruk eller för att säljas vidare på den illegala marknaden i syfte att tjäna pengar på hanteringen (SFS 2000:1225, Lag om straff för smuggling; SFS 2010:1622, Alkohollag).

I Monitormätningarna beräknas därför mängden resandeförd alkohol på basis av frågor om hur mycket resenärer tagit med sig vid inresor till Sverige. Anskaffningen av smugglad alkohol till Sverige mäts med frågor om köp av alkoholdrycker som någon eller några personer fört in i landet i syfte att sälja vidare för att tjäna pengar. Det finns inte någon avsikt att i denna undersökning nå de personer som utför själva smuglingen. Frågorna avser därför i stället respondenternas köp av alkohol som smugglats in i landet.

För att beräkna resandeförseln ställs frågor om respondenternas resande. De som uppger att de rest in till Sverige från utlandet under de senaste 30 dagarna får uppge hur många gånger de gjort det under perioden och om de förde med sig någon alkohol vid den senaste inresan. Den mängd resenären tog med sig vid den senaste resan multipliceras med antalet resor personen gjort under de senaste 30 dagarna. Om respondenten har rest och fört in alkoholen tillsammans med någon annan, divideras den införda mängden med det antal personer som förde med sig alkoholen. Detta görs för att undvika dubbelräkning.



Anskaffningen av smugglad alkohol beräknas genom att först fråga om de intervjuade personerna, under de senaste 30 dagarna, har köpt alkoholdrycker i Sverige som någon eller några personer fört in i landet i syfte att säljas vidare för att tjäna pengar. Om så är fallet, ställs ytterligare frågor om antalet gånger respondenten köpt smugglad alkohol under de senaste 30 dagarna och vilka mängder det rörde sig om den senaste gången. Den mängd personen köpte senaste gången multipliceras med antal gånger smugglad alkohol har köpts. Både frågor om resandeförsel och köp av smugglad alkohol ställs separat för sprit, vin, starköl och cider. Vin är uppdelat på vanligt vin och starkvin när det gäller resandeförsel, men inte när det gäller köp av smugglad alkohol. Frågorna om köp av smugglad cider började ställas under 2010.

Det är i praktiken fri införsel i samband med resor så länge de införda mängderna är för privat bruk. För att skilja på resandeförsel och smuggling i Monitormätningarna behövs dock en övre gräns för hur mycket alkohol som kan definieras som "för privat bruk". Det finns inte någon självklar sådan gräns. Däremot finns de av EU angivna indikativa nivåerna som kan användas för detta ändamål. Dessa nivåer är 10 liter sprit, 20 liter starkvin, 90 liter vin (inklusive cider), samt 110 liter starköl per inresa (Rådets direktiv 92/12/EEG).

Dessa nivåer kan dock överskridas om införseln är för privat bruk, vilket innebär att de inte är användbara för att skilja på resandeförsel och smuggling. På grund av detta används högre nivåer i Monitormätningarna. Dessa nivåer är 40 liter sprit, 75 liter starkvin, 150 liter vin, 300 liter starköl och 300 liter cider. Valet av dessa nivåer kan diskuteras. En övre gräns måste dock finnas för att undvika att införda mängder först definieras som resandeförsel och i ett senare skede även som köp av smugglad alkohol, vilket skulle kunna leda till dubbelräkning.

Även när det gäller köp av smugglad alkohol, används gränser för hur mycket en person kan köpa under en 30-dagarsperiod. Anledningen till detta är att det kan finnas ett eller flera grossistled i hanteringen, samtidigt som frågorna i undersökningen endast avser mäta de mängder som köpts för eget bruk. Gränserna är desamma som för resandeförseln och används även vid köp via internet.

Hemtillverkning

Beträffande hembränd sprit ställs inte frågor om anskaffning utan om själva konsumtionen. De konsumerade mängderna hembränd sprit mäts, dels genom frågor om konsumtion av sprit totalt sett under den senaste 30-dagarsperioden, dels genom frågor om konsumtion av hembränd sprit under samma period. Andelen hembränd sprit av den totala spritkonsumtionen (p) används sedan för att beräkna den totala konsumtionen av hembränt på nationell nivå enligt följande ekvation: $T = \text{ÖS} + pH * T$. I ekvationen står T för den totala spritkonsumtionen i landet, $pH * T$ är andelen hembränt av den totala spritkonsumtionen. Konsumtionen av all övrig sprit betecknas med ÖS . Det är försäljning på Systembolaget och restaurangerna samt de beräknade delmängderna oregistrerad sprit. Tecknet $*$ i ekvationen är ett multiplikationstecken.



Frågorna angående hemtillverkade mängder vin och öl avser mängder färdigställda drycker under de senaste 30 dagarna.

Köp via internet

Frågor om köp via internet under de senaste 30 dagarna började ställas 2006. De resultat som redovisas baseras på frågor om mängden beställda drycker, uppdelad på sprit, vin, starkvin, starköl och från och med 2010 även cider. De beställda mängderna den senaste gången multipliceras med antalet gånger respondenten beställt alkohol via internet under de senaste 30 dagarna. Frågorna gäller inte Systembolagets onlineförsäljning. Dessa köp fångas upp inom ramen för Systembolagets registrerade försäljning.

Korrigerings av de självrapporterade oregistrerade delmängderna

Monitormätningarna syftar till att redovisa både trender och nivåer i alkoholanskaffningen totalt, och för de olika delmängderna. Det är dock väl känt inom forskningen att svar på intervjufrågor om köp och konsumtion av alkohol ofta inte ger en korrekt bild av de verkliga köpta och konsumerade nivåerna, se till exempel Kühnhorn m.fl., (1999), Ramstedt (2010) och Ramstedt m.fl., (2013).

Täckningsgrader

För att få ett mått på i vilken utsträckning de deltagande personerna över- eller underskattar sin anskaffning, ingår det i Monitormätningarnas frågeundersökning även frågor om de intervjuade personernas köp av alkohol på Systembolaget. Dessa frågor har ställts sedan årsskiftet 2007/2008. Svaren på dessa frågor jämförs med Systembolagets faktiska försäljning.

Generellt sett har respondenternas uppgivna köp på Systembolaget ofta varit lägre än den faktiska försäljningen. Detta kan antas bero på social önskvärdhet, att de intervjuade personerna glömt hur mycket de köpt och på att de personer som ingår i bortfallet kan ha köpt mer på Systembolaget än de som besvarade frågorna.

Skillnaden mellan respondenternas uppgivna köp på Systembolaget och Systembolagets faktiska försäljning benämns täckningsgrad. Denna täckningsgrad mäts i procent, det vill säga de självrapporterade mängderna köpt alkohol på Systembolaget i procent av de faktiska sålda mängderna. Täckningsgraden beräknas för de olika dryckeskategorierna. I och med att den nya metodiken infördes från och med 2019/2020 har dock denna täckningsgrad ökat. Skillnaden mellan de uppgivna köpen på aggregerad nivå och den faktiska försäljningen har minskat betydligt.

Det fanns en betydande samvariation mellan respondenternas uppgivna köp och den faktiska försäljningen på Systembolaget enligt den gamla metodiken.

Täckningsgraden var högst för vin följt av starköl och sprit (se även Leifman & Trolldal 2014b).

Eftersom huvudsyftet med Monitormätningarna är att få en bild av den totala konsumtionen i landet är tanken att de uppmätta täckningsgraderna för de olika dryckerna kan användas som utgångspunkt för att korrigera nivåerna för de oregistrerade delmängderna, det vill säga resandeförsel, köp av smugglad alkohol, hemtillverkning respektive internetköp. Ett annat skäl till att korrigera respondenternas uppgifter är att kunna jämföra de olika delmängderna med varandra, och då måste dessa vara korrekt beräknade. Det gäller inte minst vid jämförelser mellan de självskattade delmängderna oregistrerad alkohol och de registrerade delmängderna.

I CAN-rapport 140 (Leifman & Trolldal, 2014a) redovisades statistiskt säkerställda samband mellan respondenternas uppgivna köp och den faktiska försäljningen varje månad. Pearson's korrelationskoefficient var 0,69 för sprit, 0,75 för starköl och 0,78 för vin per månad under perioden 2008–2012.

I en revidering av tidigare beräknade nivåer (2001–2012) skattades täckningsgraderna för de olika dryckerna under hela den då aktuella perioden med hjälp av tidsserieanalys. De förväntade värdena på täckningsgraderna applicerades på de olika åren under perioden med åren 2008 och 2009 som basår, se Leifman & Trolldal (2014a) för en detaljerad beskrivning.

Från och med år 2013 beräknas täckningsgraderna på ett annorlunda sätt. För åren 2013 och 2014 används genomsnittet för de två senaste åren som utgångspunkt för beräkningarna och sedan 2015 de tre senaste åren. I tabell 14 redovisas täckningsgraderna för de olika dryckerna för åren 2022–2024, genomsnittet för dessa år och de beräknade korrigeringsfaktorerna. De genomsnittliga täckningsgraderna är lägst för sprit och högst för starkvin. Av detta följer att korrigeringsfaktorn blir högst sprit och lägst för starkvin.

Av tabellen framgår att respondenternas uppgivna köp av starköl på Systembolaget motsvarar 89,7 procent av den faktiska försäljningen i genomsnitt under åren 2022–2024. För att beräkna korrigeringsfaktorn divideras 1 med täckningsgraden. För starkölets del blir beräkningen därför $1/0,897$ vilket är 1,11. Det är med andra ord det inverterade värdet av täckningsgraden som används som korrigeringsfaktor.

Tabell 14. Täckningsgrad i procent, självrapporterade köp och faktisk försäljning på Systembolaget åren 2022–2024, samt beräknad korrigeringsfaktor*.

	Sprit	Starkvin	Vin	Starköl	Cider
2022	87,6	154,0	100,5	91,2	136,6
2023	96,4	153,5	95,8	92,9	137,9
2024	79,0	119,7	101,0	85,4	110,7
Genomsnitt 2022–2024	87,1	140,5	99,1	89,7	127,1
Korrigeringsfaktorer 2024	1,15	0,71	1,01	1,11	0,79

*Täckningsgrader och korrigeringsfaktorer är beräknade med flera decimaler



Vin hade en täckningsgrad på i genomsnitt 99,1. Korrigeringsfaktorn blir på motsvarande sätt $1/0,991$ vilket är 1,01. Korrigeringsfaktorerna för de övriga dryckerna blir 1,15 för sprit, 0,71 för starkvin och 0,79 för cider. Dessa korrigeringsfaktorer utgör grunden för den korrigering som görs för de olika delmängderna av oregistrerad alkohol.

I tabell 15 redovisas de oregistrerade delmängderna före korrigeringen. Det är således dessa siffror som är grunden för beräkningarna, men de behöver alltså, i enlighet med resonemanget ovan, korrigeras för att bättre stämma överens med de verkliga nivåerna oregistrerad alkohol i Sverige.

Det är i detta sammanhang viktigt att poängtera att alla frågor om anskaffning av drycker från olika källor i undersökningen är väldigt lika. De är således uppbyggda kring den senaste gången respondenten köpt, eller på annat sätt anskaffat alkohol, multiplicerat med antal gånger under de senaste 30 dagarna. Detta gäller även frågorna om köp på Systembolaget, vilket är en förutsättning för att kunna använda sig av systembolagsfrågorna som bas för korrigering av de oregistrerade delmängderna.

När det gäller Systembolagets försäljning har det dock visat sig att en del av den sker till norska invånare som gör köp i Sverige. En uppskattning på fem procent av försäljningen har i Monitor tidigare använts som mått på denna gränshandel. Denna mängd har därför exkluderats i de försäljningsmängder som varit utgångspunkten för beräkningen av de olika täckningsgraderna och korrigeringsfaktorerna, eftersom endast svensktalande telefonabonnenter som bor i Sverige ingår i urvalet till Monitormätningarnas frågeundersökning. På grund av den lägre norska gränshandeln under pandemiåren 2020 och 2021 har dock andelarna 1,2 procent respektive 1,4 procent använts.

Under åren efter pandemin har denna andel varit stabil, men lägre än före pandemin. År 2022 låg den på 3,6 procent för att minska något året efter, till 3,5 procent. Under år 2024 var den däremot tillbaka på 3,6 procent (se avsnittet om den norska gränshandeln i den här rapporten). I de sålda volymer registrerad alkohol som redovisas inom ramen för Monitormätningarna ingår däremot all försäljning, oberoende av vilka som köpt dryckerna.

Tabell 15. Skattad årlig resandeförsel, köp av smugglad alkohol, hemtillverkning och internethandel. Per dryck och anskaffningskälla utan korrigeringar. Antal miljoner volymliter 2001–2024.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019a	2019b	2020	2021	2022	2023	2024
Införsel																									
Starköl	52,8	55,1	57,4	71,6	58,1	48,0	42,2	49,4	36,2	32,5	34,4	31,1	34,6	28,7	26,5	27,9	36,2	27,9	32,7	39,3	16,8	19,6	36,2	25,8	26,0
Vin	25,5	28,3	31,1	36,0	29,9	20,1	21,6	20,6	15,6	13,4	16,5	15,0	16,0	13,2	11,6	11,6	14,1	10,6	12,1	19,7	7,9	5,3	13,3	10,9	10,5
Sprit	10,5	10,6	14,5	19,3	16,5	14,3	14,4	13,8	10,1	10,8	10,1	9,1	11,0	8,6	8,7	8,0	9,0	7,0	7,1	9,4	3,3	3,4	5,8	6,2	5,8
Cider	•	•	•	•	•	2,0	1,6	3,7	1,9	1,5	3,6	1,4	1,8	1,3	3,4	1,7	2,3	1,3	2,1	2,9	2,1	3,6	1,8	4,6	1,4
Starkvin	3,2	4,1	3,3	4,0	3,0	4,0	2,3	1,7	1,2	0,9	0,8	1,1	0,7	0,8	0,6	0,7	0,9	0,9	0,5	0,7	0,2	0,1	0,7	0,5	1,2
Hemtillverkning																									
Starköl	1,1	2,1	1,3	2,2	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	3,2	7,8	6,0	9,5	7,8	7,4	10,2	8,9	11,9	10,2	8,0	6,3
Vin	9,2	14,3	11,7	9,8	7,4	5,7	5,2	5,3	3,2	6,6	5,3	2,1	4,8	4,6	3,0	3,2	3,0	5,2	3,4	4,6	3,9	5,9	7,2	7,1	5,3
Sprit	2,8	2,7	1,8	2,2	1,3	1,0	0,7	0,7	0,8	1,1	0,6	0,6	0,7	0,4	0,7	0,6	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7	0,9	1,1	1,3	1,2
Köp av smugglat																									
Starköl	16,2	21,6	38,9	54,0	55,1	48,4	43,0	33,1	28,0	21,2	25,8	18,4	23,7	24,7	23,7	27,6	22,9	21,3	13,9	32,0	18,9	15,3	12,7	9,7	10,3
Vin	1,6	2,1	4,7	4,4	4,9	4,5	3,6	3,7	3,9	2,0	0,9	1,3	1,9	0,3	0,6	1,1	1,1	1,8	1,2	2,8	1,6	4,2	2,3	3,6	0,9
Sprit	2,8	3,4	2,7	4,1	5,6	5,6	3	2,8	3,4	2,6	1,6	2,1	2,1	1,5	2,0	1,6	1,4	1,3	0,8	1,7	1,1	1,7	0,5	0,9	0,6
Cider	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	1,6	2,5	3,9	0,8	0,8	0,6	2,2	1,6	1,6	3,7	4,2	3,2	4,2	0,3	0,5
Internet																									
Vin	•	•	•	•	•	0,2	0,0	0,2	1,4	0,6	2,4	1,1	4,0	3,9	3,1	3,5	3,6	2,9	3,4	4,7	7,0	8,2	7,2	5,3	4,9
Starköl	•	•	•	•	•	1,3	0,5	0,1	0,1	0,0	0,2	1,0	2,6	2,5	1,4	1,5	0,9	1,6	1,1	1,5	3,1	4,1	5,1	3,4	1,3
Sprit	•	•	•	•	•	0,3	0,1	0,2	0,3	0,1	0,6	0,2	1,0	0,4	0,3	0,4	0,5	0,6	0,3	0,4	0,7	0,5	1,1	1,2	0,7
Cider	•	•	•	•	•	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0	0,2	1,6	2,2	0,7	0,2	1,1	2,0	0,3
Starkvin	•	•	•	•	•	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0

Tecknet . innebär att delmängderna inte mättes det aktuella året.



Bortfall av problemdrickare

Utgångspunkten för korrigeringarna är att respondenterna under- eller överrapporterar de olika oregistrerade delmängderna (resandeförsel, köp av smugglad alkohol, hemtillverkning och internetköp) lika mycket som de under- eller överrapporterar köpen på Systembolaget. Det är dock inte säkert att rapporteringen är densamma för de olika oregistrerade delmängderna som den är för alkoholköpen på Systembolaget. Detta kan till viss del testas och korrigeras.

Korrigeringsfaktorerna (redovisade i tabell 14 och nedan även benämnda som kvoter) kan nämligen delas upp i två delar. Den första delen är kopplad till bland annat glömska och social önskvärdhet hos respondenterna generellt. Den andra delen beror på effekterna av att de personer som dricker allra mest är överrepresenterade i bortfallet, vilket tidigare svenska studier har visat. Denna grupp kallas fortsättningsvis för ”problemdrickare” (Kühlhorn, m.fl., 1999; Leifman, 2000). Eftersom konsumtionen är så pass hög i denna grupp, och möjligen också anskaffningen av oregistrerade delmängder, är det av stor vikt att särskild hänsyn tas till denna grupps andel av de olika delmängderna.

Den första delen av korrigeringsfaktorerna antas i Monitormätningarna vara lika stor för de olika oregistrerade delmängderna som på Systembolaget. Den andra delen kan dock skattas någorlunda för respektive oregistrerad dryckesspecifik delmängd (här införsel, köp av smugglat och hembränt). De slutgiltiga korrigeringsfaktorerna blir därför något annorlunda (högre eller lägre) än för de ursprungliga korrigeringsfaktorerna som bara baseras på uppgivna köp och faktisk försäljning på Systembolaget, se tabell 14.

Det första steget blir därför att skatta hur stor del av korrigeringsfaktorerna, enligt tabell 14, som beror på att problemdrickarna är överrepresenterade i bortfallet. I tidigare studier har det antagits att andelen problemdrickare i befolkningen är 3 procent men att endast 1 procent nås i den här typen av undersökningar (Kühlhorn, m.fl., 1999; Leifman, 2000). Detta antagande används även i de här beräkningarna. När andelen problemdrickare räknas upp från 1 procent till 3 procent ökar täckningsgraden och den ursprungliga korrigeringskvoten ändras i motsvarande grad. Skillnaden mellan den ursprungliga och den nya kvoten skulle enligt detta resonemang alltså bero på bortfallet av problemdrickare. Ett räkneexempel visar att om den ursprungliga korrigeringsfaktorn är 1,7 och den nya beräknas till 1,5 är skillnaden däremellan (0,2) den del som beror på problemdrickarna är underrepresenterade bland de svarande. Kvoten 1,5 är alltså den del som endast har att göra med den allmänna underrapporteringen av de svarande respondenterna.

I de här beräkningarna definieras problemdrickarna som den procent av respondenterna i frågeundersökningen som dricker mest, enligt de uppgifter om självrapporterad konsumtion på individnivå som också ingår i Monitormätningarnas frågeundersökning.



Nästa steg är att beräkna hur stor del av de olika delmängderna som problemdrinkarna svarar för och ställa denna del mot motsvarande andelar för Systembolagets drycker, enligt tabell 14. Om exempelvis problemdrinkarna svarar för en lägre andel av den totala resandeförseln av sprit än vad de svarar för när det gäller köp av sprit på Systembolaget blir korrigeringskvoten som beror på problemdrinkarna mindre än för Systembolaget (alltså mindre än 0,2) och den totala korrigeringskvoten blir lägre än 1,7. Om problemdrinkarna till exempel svarar för 4,5 procent av all resandeförsel av sprit men för 9 procent av alla spritköp på Systembolaget blir kvoten för resandeförsel 1,6 istället för 1,7 enligt följande beräkning: $0,2 \cdot (0,045/0,09) = 0,1$ och den totala korrigeringskvoten blir $1,5 + 0,1$, det vill säga 1,6.

Om problemdrinkarna däremot svarar för en högre andel jämfört med motsvarande drycks andel på Systembolaget ska den totala korrigeringsfaktorn räknas upp. Så visar sig vara fallet för samtliga köp av de olika smugglade alkoholdryckerna. Om exempelvis problemdrinkarna svarar för 18 procent av den sammantagna köpvolymer av smugglad sprit, ska denna ställas mot Systembolagets andel om 9 procent (som ovan). Korrigeringskvoten på grund av problemdrinkarnas blir därmed $0,2 \cdot (0,18/0,09) = 0,4$. Den totala korrigeringen blir då i detta fall 1,9 ($1,5 + 0,4$) istället för den ursprungliga 1,7 som enbart baserades på täckningsgraden för köpen på Systembolaget.

Om problemdrinkarnas andel av köp av en viss delmängd skulle vara exakt densamma som deras andel av köpen på Systembolaget av samma dryck, behålls den ursprungliga korrigeringsfaktorn för denna delmängd. Det skulle innebära att ingen ändring av den ursprungliga korrigeringsfaktorn behöver genomföras. På detta sätt får vi alltså fram dryckesspecifika korrigeringskvoter för resandeförsel, köp av smugglat och för hembränt.

Även om principen bakom dessa korrigeringar är fullt rimlig, bör det beaktas att de bygger på vissa antaganden. Att avstå ifrån att göra någon korrigering alls bedömer vi dock vara ett betydligt sämre alternativ.

Hur ser det då faktiskt ut bland problemdrinkarna i Monitormätningarnas frågeundersökning? Den andel av de totala köpvolymer på Systembolaget som problemdrinkarna stod för åren 2022–2024 framgår av tabell 16. Exempelvis svarar denna grupp för 9,9 procent av den totala mängden sprit som köpts på Systembolaget, 8,5 procent av starkölsköpen, men endast för 4,5 procent av det vin som köptes där.

Om problemdrinkarnas andelar är lika stora för resandeförsel, köp av smugglat och hemtillverkning, behövs alltså inga ytterligare ändringar av korrigeringsfaktorerna, men så är inte fallet. De andelar som problemdrinkarna svarade för när det gäller de oregistrerade delmängderna varierar och redovisas också i tabell 16.

Det framgår att andelarna resandeförd sprit och starköl i gruppen problemdrinkare är lägre än deras motsvarande andelar av köp på Systembolaget (5,8 %



respektive 8,2 %). Problemdrickarnas andelar av köp av smugglad sprit och starköl är däremot högre jämfört med deras andelar av köpen på Systembolaget (22,9 % respektive 23,1 %). Även hembränd sprit är avsevärt mer koncentrerad till gruppen problemdrickare jämfört med motsvarande andel av spritköpen på Systembolaget.

När det gäller resandeförsel av sprit, vin och starköl betyder det att dessa delmängder ska räknas upp i mindre utsträckning än vad de initiala korrigeringskvoterna indikerade, även om skillnaden för starkölet inte är så stor.

Tabell 16. Andel av de aktuella delmängderna som problemdrickarna (den procent som dricker mest) svarade för i genomsnitt under treårsperioden 2022–2024.

	Sprit	Starköl	Vin
Systembolaget	9,9 %	8,5 %	4,5 %
Resandeförsel	5,8 %	8,2 %	2,8 %
Köp av smugglat	22,9 %	23,1 %	..
Hemtillverkning	76,7 %	..	..

Smugglat starkvin ingår inte i Monitormätningarna eftersom nivåerna bedöms som ytterst små. Hemtillverkning av vin och öl, köp av smugglat vin och cider, resandeförsel av starkvin och cider samt internetköp: antalet respondenter med värden har varit för litet för att kunna genomföra meningsfulla analyser.

Sammanfattningsvis kan det dock konstateras att de nya korrigerade kvoterna, då hänsyn tagits till bortfallet av problemdrickare, blir högre för köp av smugglat. Det beror alltså på att köp av smugglad alkohol är mer koncentrerad till problemdrickarna än vad köpen på Systembolaget är. Däremot blir kvoterna lägre för resandeförsel, vilket beror på att införseln av dessa drycker är mindre koncentrerad till problemdrickarna än vad Systembolagsköpen är. För en detaljerad beskrivning av dessa korrigeringar, se Nyfjäll & Trolldal (2022).

De dryckeskategorier som korrigeras för problemdrickarna på detta sätt är resandeförsel av sprit, starköl och vin, köp av smugglade sprit och starköl samt hemtillverkning av sprit. Övriga kategorier har så pass små volymer att beräkningar av andelar bland dem som dricker mest inte blir meningsfulla. För dessa kategorier används enbart den initiala korrigeringskvoten, utan ytterligare ändringar. Det gäller köp via internet, köp av smugglat vin och cider, resandeförsel starkvin och cider, samt hemtillverkning av vin och öl. De slutgiltiga kvoterna för samtliga delmängder redovisas i tabell 17.

Tabell 17. Korrigeringskvoter med utgångspunkt i täckningsgraden mellan självrapporterade köp och faktisk försäljning på Systembolaget, samt korrigering för koncentrationen av de olika delmängderna bland problemdrinkarna, 2001–2024.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019a	2019b	2020	2021	2022	2023	2024
Resandeinförsel																									
Sprit	1,26	1,28	1,32	1,35	1,42	1,45	1,49	1,56	1,54	1,61	1,62	1,60	1,67	1,91	1,83	1,76	1,55	1,48	1,46	1,15	1,11	1,02	0,99	0,98	1,07
Starköl	1,28	1,28	1,29	1,31	1,31	1,33	1,30	1,31	1,27	1,27	1,25	1,31	1,35	1,36	1,33	1,31	1,31	1,32	1,32	1,05	1,03	1,03	1,06	1,09	1,11
Vin	0,93	0,94	0,95	0,98	1,00	1,01	1,02	1,06	1,06	1,11	1,12	1,12	1,15	1,17	1,16	1,16	1,15	1,16	1,18	0,95	1,00	1,02	1,00	0,99	0,98
Starkvin	0,67	0,68	0,69	0,73	0,73	0,73	0,69	0,69	0,67	0,68	0,68	0,74	0,74	0,86	0,93	0,96	0,83	0,70	0,77	0,52	0,64	0,69	0,68	0,63	0,71
Cider	.	.	.	.	.	1,24	1,25	1,27	1,19	1,18	1,18	1,33	1,33	1,40	1,35	1,38	1,18	1,15	1,04	0,68	0,73	0,73	0,76	0,73	0,79
Hemtillverkning																									
Sprit a)	0,063	0,063	0,059	0,054	0,043	0,035	0,027	0,023	0,026	0,033	0,040	0,035	0,029	0,026	0,025	0,023	0,026	0,025	0,022	0,020	0,021	0,031	0,040	0,047	0,050
Starköl	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,44	1,44	1,47	1,46	1,43	1,41	1,39	1,42	1,13	1,11	1,09	1,08	1,08	1,11
Vin	0,93	0,94	0,96	0,97	0,99	1,00	1,03	1,06	1,06	1,09	1,10	1,16	1,16	1,19	1,19	1,20	1,19	1,19	1,20	0,96	0,99	0,99	0,99	1,01	1,01
Köp av smugglat																									
Sprit	1,32	1,41	1,52	1,60	1,63	1,63	1,67	1,77	1,71	1,79	1,86	2,05	2,28	2,43	2,31	2,01	2,11	2,13	2,38	1,88	1,71	1,54	1,39	1,33	1,38
Starköl	1,30	1,33	1,39	1,44	1,46	1,54	1,54	1,56	1,54	1,56	1,57	1,65	1,73	1,65	1,65	1,50	1,62	1,62	1,75	1,52	1,32	1,26	1,21	1,27	1,37
Vin	0,98	1,02	1,02	1,03	1,05	1,15	1,18	1,33	1,24	1,28	1,18	1,16	1,16	1,19	1,19	1,20	1,19	1,19	1,20	0,96	0,99	0,99	0,99	1,01	1,01
Cider	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	1,20	1,33	1,33	1,40	1,35	1,38	1,18	1,15	1,04	0,68	0,73	0,73	0,76	0,73	0,79
Systembolaget (Internet)																									
Sprit	1,37	1,40	1,43	1,45	1,50	1,52	1,57	1,65	1,65	1,72	1,73	1,85	1,85	2,03	1,97	1,90	1,71	1,62	1,59	1,26	1,23	1,16	1,11	1,07	1,15
Starköl	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,44	1,44	1,47	1,46	1,43	1,41	1,39	1,42	1,13	1,11	1,09	1,08	1,08	1,11
Vin	0,93	0,94	0,96	0,97	0,99	1,00	1,03	1,06	1,06	1,09	1,10	1,16	1,16	1,19	1,19	1,20	1,19	1,19	1,20	0,96	0,99	0,99	0,99	1,01	1,01
Starkvin	0,68	0,68	0,68	0,68	0,68	0,68	0,68	0,68	0,68	0,68	0,68	0,74	0,74	0,86	0,93	0,96	0,83	0,70	0,77	0,52	0,64	0,69	0,68	0,63	0,71
Cider	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,33	1,33	1,40	1,35	1,38	1,18	1,15	1,04	0,68	0,73	0,73	0,76	0,73	0,79

a) Avser den andel som den hembrända spriten svarar för av den totala spritkonsumtionen. Tecknet . innebär att delmängderna inte mättes det aktuella året.



Bilaga 2: Köp av alkohol online 2022-2024

En presentation av marknaden och konsumenterna

Författare: Rebecca Åkerblad

Sammanfattning

Syftet med denna studie är att besvara följande frågeställningar:

- Hur ser utbudet ut på marknaden för internetbaserade alkohollieferantörer från andra EU-länder som vänder sig till svenska konsumenter, så kallad distansförsäljning?
- I vilken utsträckning köper svenskar alkohol i Systembolagets fysiska butiker, Systembolaget online eller via distansförsäljning?
- Hur varierar valet av inköpskanal utifrån grupperna ålder, region, kön och utbildningsnivå?
- Vilka skillnader i alkoholkonsumtion kan observeras bland personer som använder dessa olika inköpskanaler?

Kartläggningen av internetbaserad försäljning av alkohol, med det juridiska namnet distansförsäljning, har genomförts med hjälp av systematiska sökningar efter möjligheter att köpa alkohol online. Statistiken över alkoholkonsumtionen hos de olika konsumentgrupperna utgår från Monitormätningarnas frågeundersökningar från 2022, 2023 och 2024.

Totalt identifierades 53 leverantörer i kartläggningen av distansförsäljning, och ungefär 94 procent av dem säljer vin. Fler män än kvinnor har handlat alkohol via samtliga inköpskanaler de senaste 30 dagarna under åren 2022–2024.

Ett genomgående resultat som kommit fram är att alla grupper; kön, utbildningsnivå, åldersgrupp och regioner; till största andel har handlat alkohol i Systembolagets fysiska butiker. Andelen som har handlat alkohol via distansförsäljning är genomgående låg i alla grupper.

Konsumtionsnivåerna samt intensivkonsumtionen av alkohol är högst bland de som har handlat via distansförsäljning. Den är minst bland de som har handlat i Systembolagets fysiska butiker.



Inledning

Distansförsäljning av alkohol – att företag i andra EU-länder säljer alkohol direkt till svenska konsumenter – är ett alternativ till Systembolaget som har väckt debatt i två decennier. Sedan försäljningen blev laglig 2008 har marknaden vuxit, även om den har sjunkit något under senare år. I dag finns det minst 53 olika europeiska aktörer som erbjuder vin, öl och sprit till svenska kunder via nätet. Men vägen hit har inte varit odramatisk. Flera gånger har lagstiftningen kring distansförsäljning varit föremål för debatt och lett till rättsliga processer. Debatten har bland annat berört ifall distansförsäljning bidrar till ökad alkoholkonsumtion eller inte. Anledningen till detta skulle vara att tillgängligheten ökat, vilket ofta har visat sig öka konsumtionen (Babor et al. 2023).

Bakgrund

Denna studie genomförs för att bättre förstå distansförsäljningens roll i relation till andra inköpskanaler i Sverige, samt hur konsumtionen egentligen ser ut bland de som har handlat via dessa kanaler. Studien består av en kartläggning av marknaden för internetbaserad försäljning av alkohol, samt en jämförelse mellan de tre inköpskanalerna Systembolagets fysiska butiker (inklusive ombud), Systembolagets onlineförsäljning och distansförsäljning. Närmare bestämt analyseras variationen i grupperna ålder, kön, region och utbildningsnivå. Dessutom undersöks skillnader i konsumtionsnivåer och intensivkonsumtion bland personer som har handlat via de olika kanalerna.

Syfte och frågeställning

Syftet med denna studie är att kartlägga internetbaserad försäljning av alkohol, samt undersöka vad som kännetecknar de som köper alkohol i Systembolagets fysiska butiker, Systembolaget online eller via distansförsäljning. Utifrån detta syfte formuleras fyra frågeställningar:

- Hur ser utbudet ut på marknaden för internetbaserade alkoholleverantörer från andra EU-länder som vänder sig till svenska konsumenter, så kallad distansförsäljning?
- I vilken utsträckning köper svenskar alkohol i Systembolagets fysiska butiker, Systembolaget online eller via distansförsäljning?
- Hur varierar valet av inköpskanal utifrån grupperna ålder, region, kön och utbildningsnivå?
- Vilka skillnader i konsumtionsnivåer och intensivkonsumtion kan observeras bland personer som använder dessa olika inköpskanaler?



Systembolagets försäljning i butik och online

I denna rapport grupperas försäljning i Systembolagets fysiska butiker samt upphämtning via ombud till samma kategori. Eftersom ombud är ett alternativ som främst finns på glesbygden och i små orter där det är långt till närmaste Systembolag, räknas dessa ombud som en motsvarighet till fysiska butiker.

Kunder kan även beställa alkohol från Systembolaget online, och kan då välja att få beställningen via hemleverans eller hämta upp den i butik. Hemleverans har varit ett tillgängligt alternativ i hela Sverige sedan 2021, efter en testperiod 2012 och sedermera ändringar i avtalet mellan Systembolaget och staten. Beroende på var i landet man bor, samt ifall beställningen är en ordervara, kan leveransen ta från två upp till tolv dagar (Systembolaget 2021).

Distansförsäljning och lagstiftningen

Att beställa alkohol från andra EU-länder till Sverige, för sitt eget eller sin familjs bruk, kallas för distansförsäljning. För att försäljningen ska vara godkänd enligt lag finns det flera krav som ska mötas vid försäljning. För det första får säljaren inte vara etablerad i Sverige, eftersom det i sådana fall skulle konkurrera med Systembolagets detaljhandelsmonopol. För det andra måste alkoholen beskattas och införseln av varorna anmälas till Skatteverket. Vissa säljare är registrerade distansförsäljare, och punktskatten ingår då i priset som köparen betalar. Men om säljaren inte är registrerad, är det köparen som måste anmäla köpet och införseln till Sverige och betala skatten separat (6 kap. 6 §). För det tredje måste transportören av varorna vara en oberoende mellanhand. Dock är det oväsentligt om det är säljaren eller köparen som anlitar transportören. Gällande köparen måste denne vara minst 20 år gammal.

Konceptet distansförsäljning har dock varit omstritt sedan det blev lagligt 2008. Beslutet att kunna beställa alkohol till Sverige från andra EU-länder togs av EU-domstolen, efter att svenska medborgare blivit dömda för just denna handling. Målet i fråga är känt som Rosengrendomen, uppkallat efter Karl Rosengren – en av elva svenskar som i slutet av 2001 beställde vin från Spanien. Väl framme i Sverige beslagtogs alkoholen, och köparna dömdes, men överklagade och fick till slut rätt i fallet. Detta var därmed startskottet för processen att tillåta denna typ av distansförsäljning (SOU 2014:58).

Distansförsäljningen uppmärksammades igen 2019 i samband med att Systembolaget väckte åtal mot vindistributören Winefinder. Åtalet grundade sig på att Winefinder bedrev en, enligt Systembolaget, otillåten marknadsföring gentemot svenska konsumenter. Högsta domstolen dom 2023-07-07 i mål nr T 4709–22 slog dock fast att Winefinder hade rätt i fallet och de tilläts fortsatt bedriva sin verksamhet samt marknadsföring.



Metod

All information som ligger till grund för kartläggningen av marknaden har samlats in från respektive leverantörs officiella webbplats. Genom systematiska sökningar efter möjligheter att köpa alkohol online har samtliga identifierade hemsidor granskats och dokumenterats, vilka redovisas i tabell 1. Även externa källor, såsom diskussionsforumet Flashback och tidigare gjorda sammanställningar, har använts som stöd. Uppgifterna som redovisas i tabell 1 har inhämtats under juni 2025, vilket innebär att informationen kan ha ändrats sedan dess.

För att studera alkoholkonsumtion bland de som har handlat via dessa inköpskanaler används Monitormätningarnas frågeundersökning från 2022, 2023 och 2024. Dessa år har slagits ihop för att få mer robusta resultat. I Monitormätningarna beräknas bland annat den självrapporterade konsumtionen i Sverige, vilket innebär att konsumtionen inom olika grupper kan studeras, som exempelvis kön och ålder.

Frågeundersökningen omfattar årligen 18 000 personer och pågår kontinuerligt under året. Svar samlas både in genom telefonintervjuer samt genom en självadministrerad webbenkät som respondenten får via SMS. Respondenterna består av slumpmässigt utvalda personer mellan 17–84 år som bor i Sverige, och urvalet är individbaserat och representativt (Trolldal 2024).

För att mäta varje individs konsumtion används en dryckesspecifik kvantitets- och frekvensskala som baseras på frågor om och i sådana fall hur ofta intervjupersonerna dricker alkoholhaltiga drycker, samt hur mycket de brukar dricka av de olika dryckerna vid varje tillfälle. Den totala volymen beräknas genom att, per dryck, multiplicera mängden som intervjupersonen uppger med antalet dryckestillfällen. Volymen multipliceras med den genomsnittliga alkoholhalten för respektive dryck (enligt Systembolagets försäljning respektive år) för att beräkna hur mycket ren alkohol detta motsvarar. Sedan summeras dryckernas volymer, och resultatet anges i liter ren (100 %) alkohol. Utifrån detta får man uppgifter om varje individs månadskonsumtion, samt intensivkonsumtion. Intensivkonsumtion syftar på konsumtionstillfällen då berusning förekommit, vilket i Monitormätningarna mäts genom att vid ett och samma tillfälle dricka minst en flaska vin eller motsvarande alkoholmängd (Guttormsson 2024).

Som nämnts tidigare används även utbildningsnivå som en bakomliggande faktor till skillnaden mellan val av inköpskanal. Detta mäts genom enkätfrågan "Vilken utbildning är den högsta du fullföljt?". De som har avlagt examen vid universitet eller högskola blir en grupp. De som har angett svarsalternativ som exempelvis grundskola, gymnasium eller realskola som deras högsta fullföljda utbildning slås ihop till en grupp med benämningen "Övriga utbildningar".

I denna studie görs dessutom en uppdelning av Sverige i 7 regioner. Det är den uppdelning som traditionellt tillämpas i Monitormätningarnas redovisningar.



Region 1–4 motsvarar Götaland, regionerna 5–6 motsvarar Svealand och region 7 är detsamma som Norrland (Trolldal, Guttormsson & Leifman 2017).

1. Skåne
2. Blekinge, Kronoberg, Halland
3. Västra Götaland
4. Övriga Götaland (Östergötland, Jönköping, Kalmar, Gotland)
5. Stockholm
6. Övriga Svealand (Uppsala, Södermanland, Värmland, Örebro, Västmanland, Dalarna)
7. Norrland (Gävleborg, Västernorrland, Jämtland, Västerbotten, Norrbotten)

För att analysera valet av inköpskanal utifrån variabeln ålder har fyra ålderskategorier skapats. Frågeundersökningens urval är egentligen 17–84, men eftersom denna studie analyserar inköpskanaler vars åldersgräns är 20 år är det undersökta spannet 20–84 år.

1. 20–29 år
2. 30–49 år
3. 50–64 år
4. 65–84 år

Analyserna har genomförts i SPSS, med framtagande av medelvärden och korstabeller. Vid analyserna används en viktvariabel baserad på juridiskt kön (2 grupper) boenderegion, (3 grupper baserat på SKR:s kommungruppsindelning), ålder (4 grupper), utbildningsnivå (2 grupper) samt utländsk bakgrund (2 grupper).

Resultat

Resultatavsnittet inleds med en kartläggning av marknaden för distansförsäljning. Därefter redovisas egenskaper hos personer som har handlat via de olika inköpskanalerna, samt konsumtionsmönster i de olika grupperna. Detta redovisas i både tabeller och figurer.

Kartläggning av marknaden

I tabell 1 beskrivs de 53 leverantörer som kartlagts, var deras huvudkontor eller lager ligger, samt ifall den svenska alkoholskatten ingår i priset som anges på hemsidan. Alternativet till att skatten ingår är att köparen betalar den separat. Tabellen redovisar även ifall det är leverantören som anlitar frakten, åldersgränsen för att handla samt om det finns tydliga rutiner för ålderskontroll vid leverans. Otydlighet kring en kategori markeras med ett bindestreck.

Den största andelen av leverantörerna är belägna i Danmark, därefter i Tyskland. De flesta inkluderar den svenska alkoholskatten i priset, men 12 av leverantörerna är tydliga med att punktskatten inte ingår. Hos 3 leverantörers

hemsidor framgår det inte tydligt. I enlighet med den svenska lagstiftningen har flest leverantörer en åldersgräns på 20 år vid köp av alkohol. Vissa leverantörer riktar sig dock inte specifikt mot svenska konsumenter, i sådana fall kan den uttalade åldersgränsen bero på landet för huvudkontoret. Exempelvis är leverantörerna Superiore och Vinello baserade i Tyskland och uppger en åldersgräns på 18 år. Den tyska leverantören MyBooze har även en åldersgräns på 18 år, men fastslår samtidigt att utländska kunder bör följa lagarna i sitt hemland, ifall åldersgränsen skulle vara högre än 18 år. Majoriteten av leverantörerna är tydliga med att det alltid genomförs en ålderskontroll vid leveransen, men på flera hemsidor framgår varken åldersgräns eller rutin för kontroll. Det betyder dock inte att det inte genomförs en ålderskontroll, då handlingen är bunden till vilken transportör som är anlitad att hantera frakten av varorna.

Tabell 1. Leverantörer av alkohol, land för huvudkontor/lager, om svensk alkoholskatt inkluderas i priserna, om transporten anlitas av företaget vid beställning, åldersgräns samt rutin för kontroll

Leverantör	Land	Svensk skatt inkl. i priset	Frakt anlitas av leverantör	Åldersgräns	Ålderskontroll vid leverans
Atomwine	Danmark	Ja	Ja	18	Ja
Barlife	Danmark	-	Ja	21	Ja
Beershop	Tjeckien	Nej	Ja	20	Ja
Bodegashop	Spanien	Nej	Nej	20	Ja
Bomb Wine	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Bottles with history	Danmark	Nej	Ja	18	-
Bordeaux Wines	Spanien	Ja	Ja	20	Ja
Cavarosa Wine	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Caviste	Frankrike	Ja	Ja	20	Ja
Champagnen	Spanien	Ja	Ja	20	Ja
Decantalo	Spanien	Ja	Ja	20	-
Dittvin	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Drink-Kompaniet	Tyskland	Nej	Nej	21	Ja
Dryckeslaget	Tyskland	Nej	Nej	20	-
Fanwine	Danmark	Ja	Ja	-	-
Flaskposten	Frankrike	Ja	Ja	20	Ja
Franska Vinkompaniet	Frankrike	Ja	Ja	20	Ja
Franska Vinlistan	Frankrike	Ja	Ja	20	Ja
Gassås Wine	Spanien	Ja	Ja	20	Ja
Gourmet Hunters	Spanien	-	Ja	-	-



Leverantör	Land	Svensk skatt inkl. i priset	Frakt anlitad av leverantör	Åldersgräns	Ålderskontroll vid leverans
Ivinio	Frankrike	Ja	Ja	20	Ja
Kran	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
La Maison Hansby	Frankrike	Ja	Ja	20	Ja
MyBooze	Tyskland	Ja	Ja	20	Ja
MYChampagne	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Oribus	Tyskland	Ja	Ja	20	-
Philipson Wine	Danmark	Ja	Ja	20	-
Raschvin	Danmark	Nej	Ja	18	-
Superalco Germany	Tyskland	Nej	Nej	18	-
Superiore	Tyskland	Ja	Ja	18	Ja
TCM Gourmet en Casa	Spanien	Nej	Ja	18	-
Terroirviner	Frankrike	Ja	Ja	20	Ja
Tidblom Wines	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
The Craftbeer shop	Danmark	Ja	Ja	20	-
Vin & Natur	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Vino	Italien	Ja	Ja	20	-
Winefamily	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Vinello	Tyskland	Ja	Ja	18	Ja
Vine shop 24	Tyskland	Nej	Ja	18	-
Vinfolket	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Vingrossen	Tyskland	Nej	Nej	20	Ja
Vinlådan	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Vinoch	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Vinonista	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Vinoteket	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Vinsajten	Tyskland	Nej	Nej	20	Ja
Vivino	Tyskland	Ja	Ja	20*	Ja
Whisky Bud	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Winebuddi	Estland	Ja	Ja	20	Ja
Winefinder	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Winetales	Danmark	Ja	Ja	20	Ja
Yoursurprise	Nederländerna	-	Ja	20*	Ja
247 kiosk	Tyskland	Nej	Nej	20	Ja

* Varierande åldersgräns beroende på konsumentens nationalitet



Sortiment

I tabell 2 presenteras andelen leverantörer som har vin, sprit och öl i sitt sortiment. Majoriteten av leverantörerna säljer vin (94 procent). Många av dem är specialiserade på viner, men några av dem har ett omfattande sortiment där även övriga drycker ingår. Sprit är den näst största dryckeskategorin och säljs av 38 procent av leverantörerna. Öl finns hos ungefär en fjärdedel av leverantörerna (28 procent).

Tabell 2. Andelen alkoholsorter hos leverantörerna

Dryckeskategori	Andel i procent
Vin	94%
Sprit	38%
Öl	28%

Åldersgräns

För att beställa alkohol till Sverige måste man vara minst 20 år gammal, trots denna lag skiljer sig åldersgränserna åt på leverantörernas hemsidor. De två vanligaste åldersgränserna är 20 respektive 18 år. DrinkKompaniet sticker dock ut med sin åldersgräns på 21 år.

Gällande ålderskontrollen är det flera leverantörer som fransäger sig ansvar genom att poängtera att köparen garanterar dess ålder vid köp och därmed ansvarar för att vara tillräckligt gammal. Exempelvis klargör leverantören Craftbeer shop (2023) att åldersgränsen är 20 år vid köp av alkohol, men poängterar samtidigt att kunden vid beställning garanterar att den är gammal nog. En annan leverantör som utmärker sig gällande sin policy är Franska Vinkompaniet. Trots att de påstår att åldersgränsen är 20 år vid beställning samt mottagande av leverans, medger de att personer under 18 år kan beställa, förutsatt att de har målsmans tillstånd (Franska Vinkompaniet u.å.).

Andra leverantörer är noga med att betona lagen. “Bring får enligt lag inte lämna vinet utanför dörren, det är därför viktigt att någon över 20 år hemma för att ta emot paketet (...) Vi levererar inte till någon under 20 år” (Bombwine u.å.).

I de fall där leverantören inte riktar in sig specifikt mot Sverige och levererar till många andra länder varierar åldersgränsen beroende på i vilket land konsumenten befinner sig. Därför är de inte noga med att betona en gemensam åldersgräns vilket förklarar flera av bindestrecken i tabell 1.



Egenskaper hos konsumenter

I detta avsnitt presenteras först de procentuella andelarna av befolkningen som har handlat via de olika inköpskanalerna. För att ta reda på mer om vilka som har handlat alkohol via distansförsäljning, men även i Systembolagets butiker och via Systembolaget online, har Monitormätningarnas respondenter delats upp i olika grupper, utifrån variablerna kön, region, utbildningsnivå och ålder.

I tabell 3 presenteras den procentuella andelen av respondenterna som under de senaste 30 dagarna har handlat alkohol, antingen via Systembolagets butiker, Systembolaget online eller via distansförsäljning. Den största andelen av respondenterna (44,5 procent) har handlat i Systembolagets fysiska butiker, medan en mindre andel har handlat via Systembolagets onlinehandel (2,8 procent). Endast 1,1 procent har handlat via distansförsäljning.

Tabell 3. Andelen personer som har handlat alkohol via de olika kanalerna de senaste 30 dagarna

Inköpskanal	Andel av befolkningen
Systembolaget butik	44,5%
Systembolaget online	2,8%
Distansförsäljning	1,1%

Kön

Tabell 4 visar att hälften av männen (50 procent) har handlat i Systembolagets fysiska butiker, och ungefär 42 procent av kvinnorna de senaste 30 dagarna. Denna inköpskanal är således det vanligaste i befolkningen. Att handla via Systembolagets onlineförsäljning är inte lika vanligt, men även där är det fler män (3 procent) än kvinnor (2 procent) som gör det. Distansförsäljning är den inköpskanal som den minsta andelen av befolkningen har använt, ungefär 1 procent hos både män och kvinnor.

Tabell 4. Andelen kvinnor och män som har handlat i Systembolagets butiker, Systembolaget online och via distansförsäljning de senaste 30 dagarna

Inköpskanal	Kvinnor	Män
Systembolaget butik	41,8%	50,0%
Systembolaget online	2,3%	3,2%
Distansförsäljning	1,0%	1,2%

Regioner

I tabell 5 redovisas hur invånarna i regionerna har handlat via de olika inköpskanalerna de senaste 30 dagarna. De 7 regionerna är 1, Stockholm 2, Övriga Svealand 3, Kronoberg, Halland & Blekinge 4, Skåne 5, Västra Götaland, 6, Övriga Götaland och 7, Norrland, se metodavsnittet.

I tabellen framgår det att Norrland (47,8 procent) är den region med den största andelen som har handlat i Systembolagets fysiska butiker. Tätt efter Norrland kommer region Stockholm (47,5 procent). Skåne (42,3 procent) är den region som har den minsta andelen. Skånes lägre resultat skulle kunna förklaras av en högre reseinförsel på grund av närheten till Tyskland och Danmark (Trolldal, Guttormsson & Leifman 2017).

När det gäller köp via Systembolagets onlineförsäljning, har övriga Svealand (3,4 procent) den största andelen. Tre regioner; Stockholm, Skåne och Västra Götaland delar på en gemensam sista plats med 2,5 procent.

Vid köp via distansförsäljning finns en viss likhet bland regionerna, då alla ligger på ungefär 1 procent. Stockholm (1,3 procent) har dock den högsta andelen, medan Norrland (0,9 procent) har den lägsta.

Tabell 5. Vilka inköpskanaler olika regioner har handlat från de senaste 30 dagarna

Regioner	Systembolaget butik	Systembolaget online	Distansförsäljning
Stockholm	47,5%	2,5%	1,3%
Övriga Svealand	46,3%	3,4%	1,1%
Övriga Götaland	43,6%	2,6%	1%
Kronoberg, Halland & Blekinge	45,9%	2,8%	1%
Skåne	42,3%	2,5%	1,2%
Västra Götaland	45,9%	2,5%	1%
Norrland	47,8%	3,2%	0,9%

Utbildningsnivå

I tabell 6 redovisas fördelningen över de olika inköpsätten bland personer med olika utbildningsbakgrunder; personer med universitets- eller högskoleutbildning, samt de utan. Det framgår att gruppen universitet och högskola till större del har handlat alkohol via samtliga inköpskanaler, jämfört med gruppen som har fullföljt övriga utbildningar.

Gällande köp via Systembolaget online har 3,2 procent av personer med universitets- eller högskoleutbildning använt den kanalen, medan endast 2,6 procent av de med övriga utbildningar har använt samma kanal. Ungefär 1 procent av båda grupperna har handlat via distansförsäljning, men det är fortfarande en större andel av gruppen universitet och högskola (1,3 procent) som har gjort det i relation till gruppen övriga utbildningar (1,0 procent).



Tabell 6. Andel personer som har handlat i Systembolagets fysiska butiker, Systembolaget online och via distansförsäljning de senaste 30 dagarna, uppdelade efter högsta avslutade utbildning

Inköpskanal	Universitet och högskola	Övriga utbildningar
Systembolaget butik	52,1%	43,0%
Systembolaget online	3,2%	2,6%
Distansförsäljning	1,3%	1,0%

Den största skillnaden i tabellen gäller köp i Systembolagets fysiska butiker. Ungefär 52 procent av personerna som har studerat vid universitetet eller högskola har handlat där, jämfört med endast 43 procent av dem med övrig utbildningsbakgrund.

Ålder

I tabell 7 redovisas fördelningen av valet av inköpskanal bland de olika ålderskategorierna. Gruppen 50–64 år är den grupp där flest har handlat via samtliga inköpskanaler. Ungefär hälften av gruppen har under de senaste 30 dagarna handlat i Systembolagets fysiska butiker. Ungefär 46 procent av gruppen 65–84 år har handlat i Systembolagets fysiska butiker, och är därmed gruppen som till minsta andel har gjort det.

Köp via Systembolaget online är betydligt mindre vanligt i alla grupper. Andelen är högst bland 50–64-åringar (3,9 procent), medan endast 1,7 procent av 20–29-åringar uppger att de har handlat via Systembolaget online.

Distansförsäljning är den minst vanliga inköpskanalen i alla åldersgrupper, med de lägsta nivåerna hos gruppen 20–29 år (0,5 procent) och de högsta hos 50–64-åringar (1,4 procent).

Tabell 7. Hur olika åldersgrupper har handlat de senaste 30 dagarna

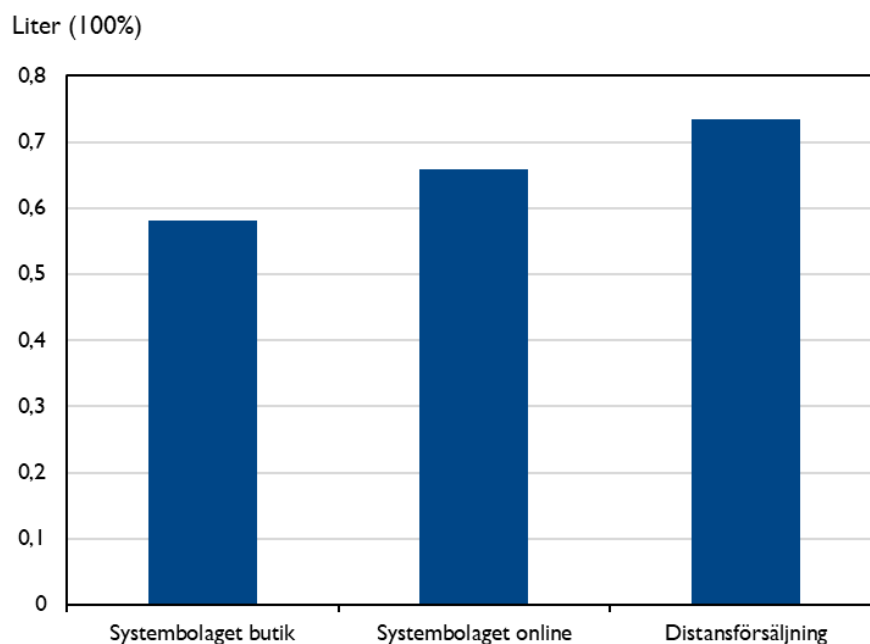
Inköpskanal	20–29 år	30–49 år	50–64 år	65–84 år
Systembolaget butik	47,0%	49,4%	50,8%	45,9%
Systembolaget online	1,7%	3,0%	3,9%	2,6%
Distansförsäljning	0,5%	1,1%	1,4%	1,2%

Konsumtionsmönster

I detta avsnitt redovisas två typer av konsumtionsmönster av alkohol bland personerna som har handlat via de olika inköpskanalerna de senaste 30 dagarna. Det är månadskonsumtion och intensivkonsumtion, båda i genomsnitt. Kön används som en bakomliggande variabel för både månads- och intensivkonsumtion.



Figur 1 visar månadskonsumtion i liter 100% ren alkohol, bland personer som har handlat i Systembolagets fysiska butiker, Systembolaget online eller via distansförsäljning de senaste 30 dagarna. Gruppen som har handlat via distansförsäljning konsumerade mer den senaste månaden än båda de andra grupperna. Den gruppen dricker i genomsnitt 26 procent mer än de som bara har handlat i Systembolagets butiker. De som har handlat i Systembolaget online dricker 13 procent mer än de som bara har handlat i Systembolagets fysiska butiker.

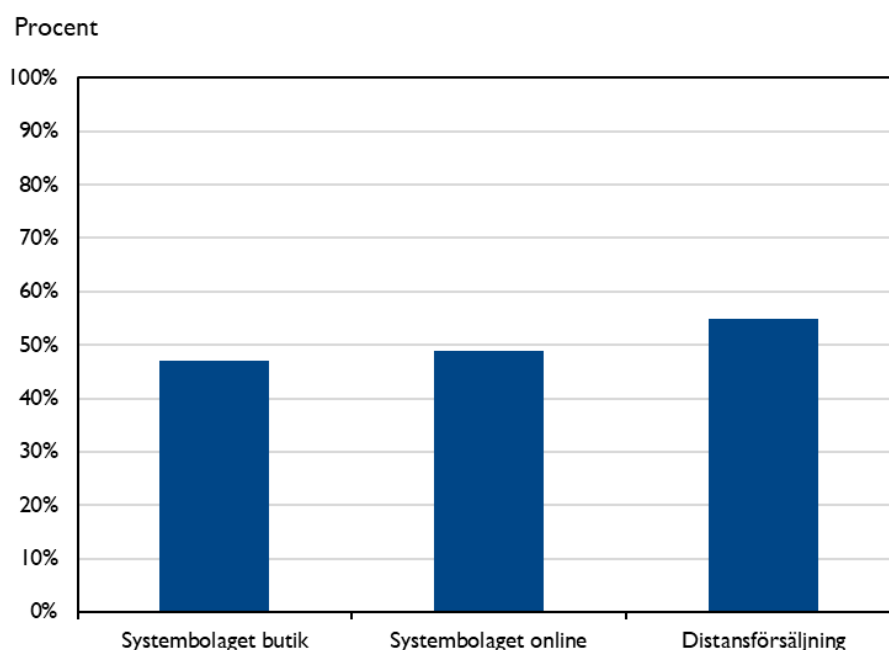


Figur 1. Månadskonsumtion i liter 100% ren alkohol, efter köp i Systembolagets butiker, Systembolaget online eller distansförsäljning de senaste 30 dagarna åren 2022–2024



I figur 2 redovisas procentandelen som har intensivkonsumerat minst en gång de senaste 30 dagarna bland de som har handlat via de olika kanalerna. Att intensivkonsumera innebär att vid minst ett tillfälle dricka minst en flaska vin eller motsvarande alkoholmängd, se metodavsnittet för mer information.

Strax under 50 procent av Systembolagets butikskunder och de som har handlat online har intensivkonsumerat de senaste 30 dagarna. Gällande personer som har handlat via distansförsäljning, visar figuren att över 50 procent har gjort det.

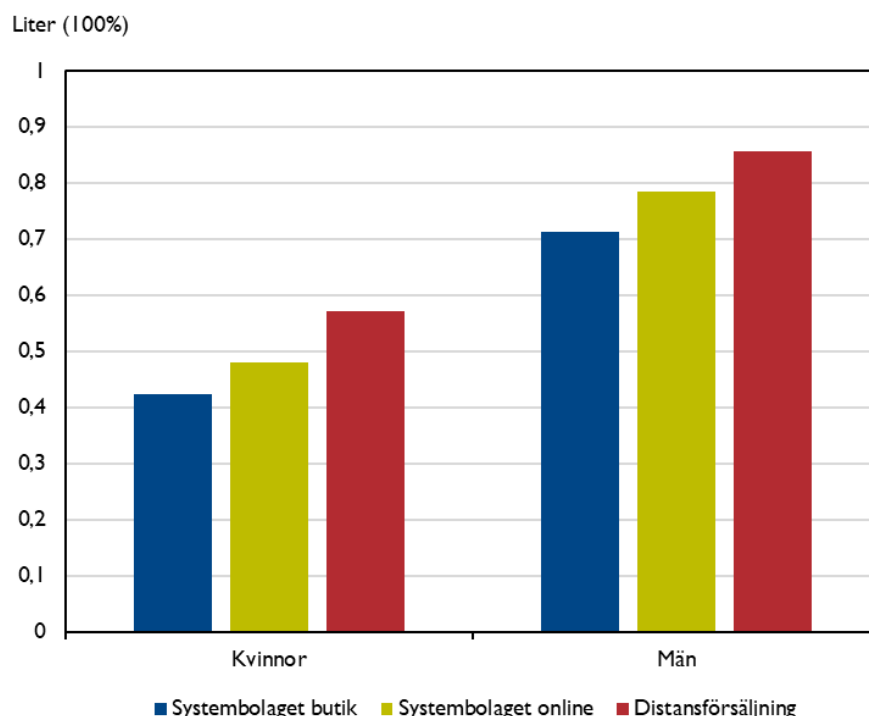


Figur 2. Andel personer i procent som har intensivkonsumerat minst 1 gång under de senaste 30 dagarna åren 2022–2024 bland de som har handlat i Systembolagets butiker, Systembolaget online eller via distansförsäljning



I figur 3 redovisas månadskonsumtion bland kvinnor och män som har handlat via de olika inköpskanalerna de senaste 30 dagarna. Samtliga kategorier, oavsett kön, följer ett mönster. Personer som köper alkohol i Systembolagets fysiska butiker är den grupp som har lägst månadskonsumtion, därefter följer kunder hos Systembolaget online som ligger i mitten. De som köper via distansförsäljning är den grupp som dricker mest.

Figuren visar även att män dricker mer i genomsnitt än kvinnor. Den största skillnaden är bland kvinnor som har handlat i Systembolagets fysiska butiker och män som har handlat via distansförsäljning, med en skillnad på drygt hundra procent.

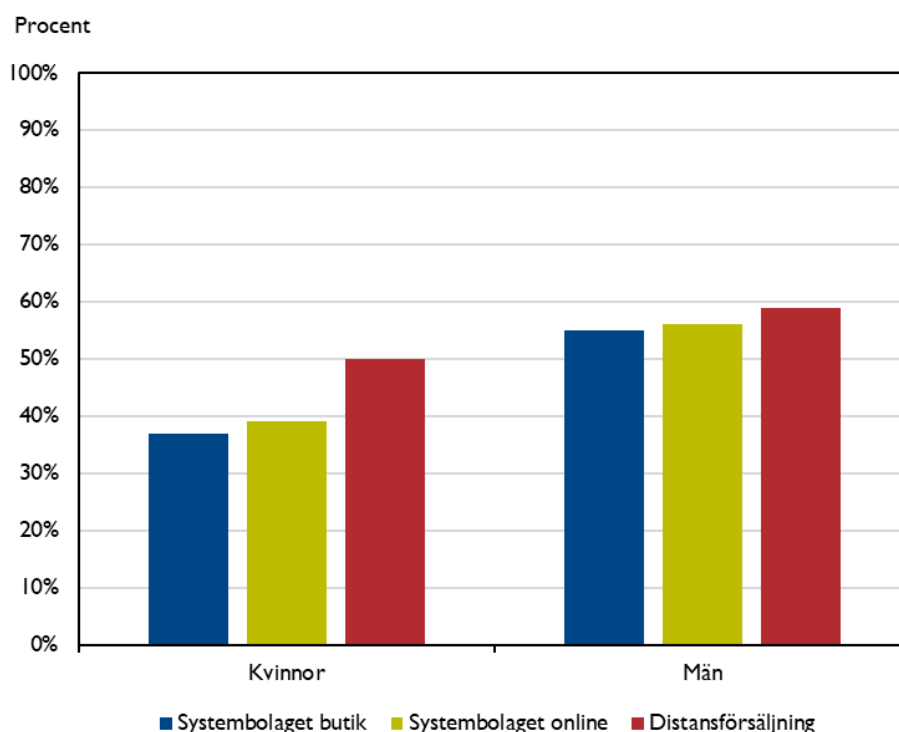


Figur 3. Månadskonsumtion i liter 100% ren alkohol bland kvinnor och män som har handlat via Systembolagets butiker, Systembolaget online eller via distansförsäljning de senaste 30 dagarna åren 2022–2024



Figur 4 visar procentandelen av kvinnor och män som har intensivkonsumerat minst 1 gång under de senaste 30 dagarna, bland de som har handlat via de olika kanalerna. Figuren visar att mer än varannan man har intensivkonsumerat, oavsett inköpskanal. Skillnaderna bland männen är små, då alla tre grupper ligger mellan 50 och 60 procent.

Bland kvinnor är skillnaderna större, och den största skillnaden är den mellan kvinnor som har handlat i Systembolagets fysiska butiker, samt kvinnor som har handlat via distansförsäljning. Varannan kvinna som har handlat via distansförsäljning har intensivkonsumerat, men gällande de som har handlat via Systembolagets två köpalternativ är det färre än varannan kvinna.



Figur 4. Andel kvinnor och män i procent som har intensivkonsumerat minst 1 gång under de senaste 30 dagarna åren 2022–2024 bland de som har handlat i Systembolagets butiker, Systembolaget online eller via internetleverantör



Avslutande sammanfattning

Syftet med denna studie har varit att undersöka hur marknaden för internetbaserade leverantörer av alkohol ser ut, och vilka ur den svenska befolkningen som har handlat genom de olika inköpskanalerna. Studien har även jämfört månadskonsumtion och intensivkonsumtion bland de som har handlat via de olika kanalerna, uppdelat på grupperna kön, ålder, region samt utbildningsnivå.

Denna studie har visat att det finns en relativt stor marknad för internetbaserade alkoholleverantörer, så kallad distansförsäljning. Totalt identifierades 53 leverantörer, och den största andelen av dem är belägna i Danmark. De flesta inkluderar den svenska alkoholskatten i priset, och ungefär 94 procent av dem säljer vin.

Ett genomgående resultat som kommit fram i alla mätningar är att alla grupper; kön, utbildningsnivå, åldersgrupp och regioner; till största andel har handlat alkohol i Systembolagets fysiska butiker. Andelen som har handlat alkohol via distansförsäljning är genomgående låg i alla grupper. Även om det finns många aktörer på den internetbaserade marknaden, återspeglas det inte i andelen köp eftersom inköpskanalen står för en så liten omfattning i relation till Systembolaget.

Ett intressant resultat är dock att konsumtionen av alkohol, både den månadsvisa samt den intensiva konsumtionen, är högst bland de som har handlat via distansförsäljning. Samtidigt är den minst bland de som har handlat i Systembolagets fysiska butiker. Det kan vara så att den ökade tillgängligheten till alkohol som distansförsäljning innebär, leder till ökad konsumtion. Samt att Systembolagets begränsade tillgänglighet, i form av dess öppettider, leder till en låg konsumtion. Men det kan även bero på att de som redan dricker mycket alkohol, väljer att handla via distansförsäljning. En tredje förklaring kan vara en kombination av båda alternativen. Dock kan vi inte utifrån dessa siffror dra några slutsatser om dessa samband.



Referenser

Babor, T. et al. (2023) *Alcohol: No Ordinary Commodity: Research and public policy*.

Bombwine (u.å.) *Köpvillkor*. <https://bombwine.se/kopvillkor/> [2025-04-04]

Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (2025)
<https://www.can.se/undersokningar/monitormatningarna/>

Craftbeer shop (2023) *Policy*. <https://shop.craftbeer-shop.eu/se/policy> [2025-04-04]

Franska Vinkompaniet (u.å.) *Beställning & leverans*.
<https://butik.franskavinkompaniet.com/page/leveransvillkor-swe> [2025-04-04]

Högsta domstolen dom 2023-07-07 i mål nr T 4709–22

Guttormsson U. (2024). *Självrapporterade alkoholvanor i Sverige 2004–2023*. Stockholm: Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN). Rapport 229.

Monitormätningarnas resultat 2022, 2023 och 2024. CAN:
<https://www.can.se/undersokningar/monitormatningarna/>

SOU 2014:58. *Betänkande av Alkoholleveransutredningen. Privat införsel av alkoholdrycker: Tydligare regler i konsekvens med svensk alkoholpolitik*.

Systembolaget (2021) *Systembolaget erbjuder hemleverans i hela Sverige* [pressmeddelande], 19 oktober.
<https://press.systembolaget.se/pressmeddelanden/2021/systembolaget-erbjuder-hemleverans-i-hela-sverige/>

Trolldal B. (2024). *Alkoholkonsumtionen i Sverige 2001–2023*. Rapport 228. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm.

Trolldal, B., Guttormsson, U. & Leifman, H. (2017) *Registrerad och oregistrerad alkohol i Sveriges län 2001–2016*. Stockholm: Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN); 2017. Rapport 165.



CAN är ett nationellt kompetenscentrum som tar fram och sprider kunskap om alkohol, narkotika, dopning, tobak och spel om pengar.

Vi följer konsumtions- och skadeutvecklingen genom undersökningar och forskning. Myndigheter och organisationer använder kunskap från CAN som underlag för beslut och insatser. Vi är en del av civilsamhället och i vår styrelse finns representanter för våra medlemsorganisationer. Där finns även olika myndigheter representerade.

Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning – www.can.se