

# Gårdsförsäljning i Sverige – vem är köparen?

## Inledning

Den 1 juni 2025 blev det tillåtet med så kallad gårdsförsäljning i Sverige, vilket innebar att det blev möjligt för tillverkare av alkohol att sälja sina alkoholdrycker direkt till besökare på plats. För att få bedriva gårdsförsäljning krävs dock ett särskilt tillstånd, som prövas och beviljas av kommunen.

Försäljningen är förknippad med vissa restriktioner. Bland annat kan endast småskaliga tillverkare få tillstånd. Försäljning får dessutom endast ske till personer som är minst 20 år och som deltar i ett kunskapshöjande besöksarrangemang anordnat av tillverkaren. Försäljningen till varje enskild köpare får vid ett besökstillfälle inte överstiga 0,7 liter spritdrycker, tre liter vin, tre liter starköl eller tre liter andra jästa alkoholdrycker. Bestämmelserna om gårdsförsäljning gäller i sex år och ska utvärderas under perioden (Regeringens prop. 2024/25:86).

Antalet beviljade tillstånd uppgick vid utgången av 2025 till totalt 150. Merparten av tillstånden gavs till producenter i södra Sverige. I Götaland fanns totalt 93 tillstånd, i Svealand 42 och i Norrland 15. Sett till olika län fanns flest tillstånd i Skåne län (31) följt av Västra Götalands län (22). I både Stockholms och Östergötlands län fanns 12 tillståndshavare vardera. I övriga län varierade antalet tillstånd mellan två och åtta.

Gårdsförsäljning har varit mycket omdiskuterat i Sverige eftersom den i viss utsträckning innebär detaljhandel med alkohol vid sidan av Systembolagets detaljhandelsmonopol. Mot denna bakgrund finns ett stort intresse av kunskap om hur många som utnyttjar denna möjlighet och vad som kännetecknar den gruppen. Syftet med rapporten är att undersöka hur vanlig gårdsförsäljning var under andra halvåret 2025, vilka som köpte direkt från tillverkare och om dessa köpare skiljer sig från andra.

## Metod

Analysen bygger på data från Monitorundersökningen som administreras av CAN. Det är en löpande frågeundersökning om svenskarnas alkoholvanor. Den omfattar årligen cirka 18 000 personer (Trolldal och Åkerblad, 2025). För att fånga in gårdsförsäljningen har frågor om detta ställts sedan den 1 juli 2025. Dessa frågor avser de senaste 30 dagarna och om man då har köpt alkoholdrycker direkt från tillverkare i Sverige, vilka alkoholdrycker det var och hur många gånger man genomfört sådana köp. Endast personer 20 år och äldre ingår i den här studien eftersom det är den åldersgränsen som gäller för denna typ av köp.

För att belysa om denna grupp avviker från andra jämförs den dels med personer som har handlat alkohol på Systembolaget, dels med gruppen alkoholkonsumenter i befolkningen som helhet.

## Resultat

I genomsnitt för andra halvåret 2025 hade 2,3 procent i åldersgruppen 20–84 år köpt alkoholdrycker direkt från tillverkare under de senaste 30 dagarna. De flesta hade köpt starköl (58 %), följt av vin (34 %), sprit (19 %), och cider eller alkoholisk (11 %). 63 procent hade handlat en gång medan 21 procent hade handlat vid två tillfällen. Resterande 16 procent av köparna hade handlat tre gånger eller mer. December var den månad då flest hade handlat (3,4 %) och lägst andel noterades för oktober (1,8 %). Under övriga månader varierade andelen mellan 2,1 och 2,5 procent.

I tabell 1 (se nästa sida) redovisas andelen som har köpt alkohol direkt av tillverkare uppdelat på de olika bakgrundsegenskaperna kön, ålder, utbildningsnivå och bostadsregion (Götaland, Svealand eller Norrland).

Andelen som handlat direkt från tillverkare var marginellt större bland män än bland kvinnor. Det var dock en större andel bland de yngsta (4,0 %) och en mindre bland de äldsta (0,9 %) som handlat alkohol på detta sätt, jämfört med övriga ålderskategorier. Dessa skillnader var statistiskt signifikanta. Däremot var det inga större skillnader mellan personer med olika utbildningsnivå, eller personer som bor i olika delar av landet.

Andelen 2,3 procent är relativt låg jämfört med hur många som handlar på Systembolaget där 47 procent köpte alkohol under motsvarande period. Det bör här nämnas att en klar majoritet (76 %) av de som handlat direkt från tillverkare även hade gjort inköp på Systembolaget under samma period. I denna rapport är denna kategori exkluderad från gruppen köpare på Systembolaget och ingår bara i gruppen som handlat direkt av tillverkare.

**Tabell 1.** Andelen som har köpt alkohol direkt av tillverkare uppdelat på olika bakgrundsegenskaper.

	Köpt direkt av tillverkare
Totalt	2,3 %
Män	2,5 %
Kvinnor	2,2 %
20–29 år	4,0 %
30–49 år	2,3 %
50–64 år	2,9 %
65–84 år	0,9 %
Högskola/universitetsutbildning	2,4 %
Övriga	2,3 %
Götaland	2,1 %
Svealand	2,5 %
Norrland	2,5 %

Är det då något som utmärker den grupp som handlat direkt från producent jämfört med de som handlat på Systembolaget och gruppen alla alkoholkonsumenter? I tabell 2 (se nästa sida) redovisas uppgifter om kön, ålder, utbildningsnivå, bostadsregion samt alkoholkonsumtion under de senaste 30 dagarna, i dessa grupper.

**Tabell 2.** Bakgrundsegenskaper hos de som handlat direkt av tillverkare, på Systembolaget samt i gruppen alkoholkonsumenter som helhet.

	Köpt direkt av tillverkare n=234	Köpt hos Systembolaget* n=4706	Alkohol-konsumenter* n=6988
Män	53 %	54 %	52 %
Kvinnor	47 %	46 %	47 %
20–29 år	24 %	13 %	13 %
30–49 år	35 %	36 %	36 %
50–64 år	31 %	26 %	26 %
65–84 år	10 %	25 %	25 %
Högskola/universitetsutbildning	36 %	38 %	39 %
Övriga	64 %	62 %	61 %
Götaland	42 %	46 %	47 %
Svealand	44 %	41 %	41 %
Norrland	14 %	13 %	12 %
Alkoholkonsumtion	0,84 liter	0,56 liter	0,47 liter

\*De som handlat direkt av tillverkare ingår inte i denna grupp

Bland de som handlat direkt av tillverkare var 53 procent män och 47 procent kvinnor. Könsfördelningen är i stort densamma som bland personer som handlat på Systembolaget och bland alkoholkonsumenter i befolkningen.

Av dem som handlat direkt av tillverkare var 36 procent högutbildade och 64 procent hade lägre utbildningsnivå. Även denna fördelning motsvarar i stort sett den bland Systembolagskunder och alkoholkonsumenter i stort.

Andelen som handlat direkt av tillverkare var högre i Götaland och Svealand än i Norrland. Även dessa regionala skillnader följer i stort sett samma mönster som för Systembolagskunder och alkoholkonsumenter generellt.

Andelen som handlat på detta sätt var dock högre i den yngsta åldersgruppen och lägre i den äldsta, jämfört med både Systembolagskunder och alkoholkonsumenter som helhet. Skillnaderna är statistiskt signifikanta.

Personer som köpt alkohol direkt av tillverkare konsumerade större mängder alkohol än både Systembolagskunder och alkoholkonsumenter som helhet. Skillnaderna är statistiskt signifikanta.

## Sammanfattning och slutsatser

Möjligheten att köpa alkoholdrycker direkt från tillverkare på plats, så kallad gårdsförsäljning, blev tillåten den 1 juni 2025. Drygt 2 procent av befolkningen i åldern 20–84 år uppger att de har genomfört den typen av köp under en aktuell månad, andra halvåret 2025. I jämförelse är köp på Systembolaget betydligt vanligare, med närmare hälften av befolkningen som handlar där under en motsvarande period.

Även om volymerna inte har studerats här så gör gällande regler för hur mycket man får köpa i kombination med relativt höga priser att en mycket liten del av svenskarnas alkohol köps direkt från producent. Hur stor volymen är för 2025 kommer att redovisas av Folkhälsomyndigheten senare under 2026.

Resultaten tyder även på att personer som handlar alkohol direkt av tillverkare i stor utsträckning liknar de som handlar på Systembolaget när det gäller kön, utbildningsnivå och geografisk fördelning. Däremot var det signifikant fler i den yngsta åldersgruppen och färre i den äldsta som genomförde sådana köp. Dessutom visade det sig att den här gruppen av köpare har en högre alkoholkonsumtion, vilket tyder på att gårdsförsäljning i större utsträckning nyttjas av personer som dricker relativt mycket.

I den här rapporten har de första beräkningarna av gårdsförsäljningens omfattning redovisats. Det är därför av vikt att följa utvecklingen på området i takt med att andra beräkningar publiceras för att få en så korrekt bild som möjligt av utvecklingen på området.

## Referenser

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

Regeringens proposition 2024/25:86. Bättre förutsättningar för besöksnäringen i fråga om småskalig produktion av alkoholdrycker.

**Citera gärna som:** Trolldal B, Ramstedt M (2026). Gårdsförsäljning i Sverige – vem är köparen? Kortfakta 09. Stockholm: CAN – Centraförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning.

Författare Björn Trolldal och Mats Ramstedt  
Publicerat 2026-04-23  
ISBN 978-91-7278-387-4  
URN urn:nbn:se:can-2026-4

# C.A.N

CAN är Sveriges ledande kunskapscentrum med uppdrag att undersöka, analysera och sprida kunskap om användningen av alkohol, narkotika, dopning, tobak och spel om pengar.

Vår vision är ett samhälle där människor inte far illa av skadligt bruk och beroende. Vi arbetar för ökad kunskap och vill bidra till välgrundade beslut.

**Använd kunskapen!**

CAN – Centraförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning | [www.can.se](http://www.can.se)