

# Rapport

## Monopolets roll i alkoholpolitiken

November 2021

Sprit & Vinleverantörsföreningen, SVL, är branschorganisationen för svenska importörer och tillverkare av vin och spritdrycker. Föreningen grundades 1998 och består idag av ett femtiotal medlemmar som säljer sina produkter till Systembolaget och till företag med serveringstillstånd.

SVL:s medlemmar står för närmare 90% av vad som idag säljs via det fasta sortimentet på Systembolaget. SVL är medlemmarnas opinionsbildande organ med uppdrag att arbeta för utvecklingen av en samtida alkoholpolitik där det råder rättvisa och goda affärsvillkor för branschens aktörer.

Denna rapport är författad av Mikael Odenberg på uppdrag av SVL. Författaren står själv för innehållet. SVL vill med rapporten stimulera en diskussion om hur alkoholpolitiken kan utvecklas för att bättre stödja de alkoholpolitiska målen.

Mikael Odenberg har en lång karriär inom politik och förvaltning. Han har varit ledamot av riksdagen i 16 år och försvarsminister. Han har också varit generaldirektör för Svenska kraftnät under 9 år.

## Innehållsförteckning

1. Förord .....	4
2. Inledning .....	5
3. Alkoholbeskattningen.....	5
4. Detaljhandelsmonopolet.....	7
5. Systembolagets ”begränsningsuppdrag” .....	7
6. Information och forskning.....	9
7. Inspektionsmyndigheter.....	10
8. Avslutning.....	11

# 1. Förord

På uppdrag av Sprit & Vinleverantörsföreningen, SVL, har undertecknad författat denna korta rapport. Dess syfte är att belysa och kommentera alkoholpolitikens utformning, särskilt vad avser roller och ansvar i allmänhet och den roll Systembolaget kommit att få i synnerhet. Belysningen sker utifrån såväl principiella som praktiska aspekter, utifrån min kunskap och erfarenhet av hur statlig verksamhet är och bör vara organiserad.

Särskilt intresse ägnas ansvaret för insamling av statistik, ansvaret för forskningsfinansiering och ansvaret för alkoholpolitiska informationsinsatser. En övergripande frågeställning är formerna för utvärdering av alkoholpolitiken gentemot politiskt fastlagda mål.

Bakgrunden är att staten inte bara har gett Systembolaget ensamrätt att sälja alkoholhaltiga drycker, utan att bolaget därutöver också bedriver en omfattande verksamhet som på olika sätt motiveras med alkoholpolitikens ändamål – att begränsa den totala alkoholkonsumtionen.

Denna ordning har medfört att i stort sett alla uppgifter på alkoholpolitikens område är i händerna på Systembolaget. Detta i sin tur för med sig problem vad gäller uppföljning, utvärdering och styrning av alkoholpolitiken.

Att Systembolaget svarar för information, forskningsfinansiering och samhällspåverkan inklusive lobbying gentemot beslutsfattarna samtidigt som man begränsar statistiken över alkoholförsäljningen skapar otydlighet och intressekonflikter. Dessa kan påverka kvaliteten i de beslutsunderlag som politiker i riksdag och regering har att utgå från. Det innebär att riksdagens reella inflytande över alkoholpolitiken blir begränsat.

I praktiken har vi hamnat i ett läge där alkoholpolitiken i Sverige kommit att formas alltmer av Systembolaget AB, snarare än av Riksdagen. Med denna rapport hoppas jag kunna bidra till att sätta ljuset på detta och förhoppningsvis stimulera till en diskussion om styrningen av alkoholpolitiken.

Stockholm den 30 mars 2021

Mikael Odenberg

## 2. Inledning

Den svenska alkoholpolitikens mål är att främja folkhälsan genom att minska alkoholens medicinska och sociala skadeverkningar. Målet ska nås genom insatser som motverkar skadligt dryckesbeteende och bidrar till en minskad total alkoholkonsumtion. Detaljhandelsmonopolet och alkoholskatten är de viktigaste alkoholpolitiska verktygen för att nå dessa mål.

En över tid svagt minskande alkoholkonsumtion tas ibland till intäkt för att den svenska politiken är framgångsrik och att medlen är effektiva. Även i andra delar av Europa, med en konkurrensatt detaljhandel, minskar dock alkoholkonsumtionen.

Det kan därför sättas frågetecken för hur evidensbaserad svensk alkoholpolitik egentligen är. Staten vill, särskilt genom detaljhandelsmonopolet, begränsa tillgängligheten till alkohol. I praktiken har staten dock inte denna rådighet över totalkonsumtionen och därmed heller inte över folkhälsan. Systembolaget kan främst påverka **till vem** man försäljer alkohol, knappast **hur mycket** man säljer. Alternativen till Systemet via krogar, hembränning, smuggling och legal, privat införsel är som bekant betydande.

Det finns skäl att fundera över hur styrningen av svensk alkoholpolitik egentligen fungerar. Riksdagens reella inflytande framstår nämligen som mycket begränsat. Visserligen ger man riktlinjer om t.ex. tiderna för öppethållande men i huvudsak ligger statens viktigaste alkoholpolitiska instrumentet, Systembolaget, helt under regeringens och Socialdepartementets kontroll. Riksdagens underlag för att ta beslut om alkoholskatterna är också knapphändiga, eftersom en mer detaljerad, oberoende statistik över konsumtion och införsel saknas.

Lite tillspetsat kan man säga att den mer konkreta alkoholpolitiken i Sverige formas av Systembolaget AB, snarare än av statsmakterna. Systembolaget bedriver inte bara försäljning av alkohol, utan svarar också för information, forskningsfinansiering och samhällspåverkan inkl. lobbying gentemot beslutsfattarna samtidigt som man i viss utsträckning begränsar den statistik över alkoholförsäljningen, som kan vara ett viktigt beslutsunderlag för statsmakterna.

## 3. Alkoholbeskattningen

Det första viktiga instrumentet för statens alkoholpolitik är beskattningsrätten. Riksdagen råder relativt fritt över denna. Det finns visserligen begränsningar genom EU:s punktskattedirektiv (2008/118/EG) men de handlar främst om minimiskattenivåer.

Precis som på framförallt kapitalbeskattningsområdet är alkoholbeskattningen dock utsatt för skattekonkurrens. Det medför att höjda punktskatter på alkohol omedelbart riskerar att leda till ökad konsumtion av oregistrerad alkohol dvs. alkohol som härrör från privat införsel och hembränning.

Det finns statistik som indikerar att 20 procent av den alkohol som förtärs i Sverige är "oregistrerad". För sprit är siffran ännu högre, 38 procent. Ingen vet hur tillförlitlig denna statistik är. Klart är dock att gränshandeln – utom möjligen i coronatider – är betydande när det genomsnittliga alkoholpriset i Tyskland är 40 procent av det svenska och priset i Danmark 70 procent av det svenska. Kraften i prismekanismerna syns tydligt inte bara i gränshandeln söderut, utan också i gränshandeln mellan Norge och Sverige som går i motsatt riktning eftersom de norska alkoholpriserna är höga.

En indikation på gränshandelns omfattning är den försäljningsökning på 40 procent som det norska Vinmonopolet redovisar för 2020. Vinmonopolet menar att en viktig förklaring till försäljningsökningen är stoppet i gränshandeln. Tesen stärks av att försäljningsökningen är störst i de norska kommuner som ligger närmast gränsen. Kongsvinger, Halden, Sarpsborg och Fredrikstad som är kommuner nära Sverige redovisar den högsta försäljningstillväxten, ökningarna på väl över 100 procent.

I en studie som publicerades den 1 oktober 2020 drar den norska Statistiska centralbyrån (SSB) och norska National Institute of Public Health (NIPH) slutsatsen att Coronapandemin inte verkar ha påverkat alkoholkonsumtionen i Norge på något signifikant sätt. Statistiska centralbyrån och FHI ser istället den ökade inhemska försäljningen som en konsekvens av begränsad svensk handel och en minskning av tullfri handel.

En annan indikation på gränshandelns omfattning är att av de tio kommuner som toppade Systembolagets alkoholförsäljning 2015 gränsar nio till Norge och en till Finland. På första plats låg Strömstad som sålde 91,8 liter (!) ren sprit per invånare, jämfört med riksgenomsnittets 5,7 liter. Av de tio kommuner i landet som sålde minst alkohol 2015 låg, som av en händelse, sju i Skåne. I Trelleborg, som hade Systembolagets lägsta alkoholförsäljning det året såldes bara 2,2 liter ren alkohol per invånare.

Att Systembolaget säljer avsevärt mycket mindre öl i Skåne än i resten av landet framstår inte som särskilt märkvärdigt. Varför handla öl på Systembolaget när man kan göra det mycket billigare i Helsingør?

Beskattningen av alkohol innebär därför alltid en avvägning mellan behovet av att minimera alkoholens skadeverkningar och risken för att höga skattesatser leder till ökad smuggling, illegal handel och annan brottslighet. För riksdagens alkoholpolitik är det en grannlaga uppgift att värdera dessa frågor och hitta rätt avvägning. Vilka skattesatser är de optimala för att nå de alkoholpolitiska målsättningarna? Detta är dock svårt för riksdagen att värdera, eftersom Systembolaget numera inte regelbundet offentliggör försäljningsstatistik för gränskommunerna.

Enligt den senaste budgetpropositionen beräknas alkoholskatterna inbringa drygt 15 miljarder kronor till statskassan under 2021. På spelområdet – ett annat område där missbruk förekommer – är staten tydlig. På regeringens hemsida anges att målet för spelpolitiken inte bara är att minska de negativa konsekvenserna av spelande, utan också att *”värna intäkterna till det allmänna”*.

När de alkoholpolitiska målen anges görs ingen motsvarande referens till statsfinanserna. Icke desto mindre är det uppenbart att beskattningen av alkohol i realiteten inte bara handlar om alkoholpolitik.

I höstens budgetproposition aviserades sålunda en höjning av alkoholskatterna med 550 miljoner kronor 2023. Höjningen motiverades med att den kommer att bidra till att uppnå de alkoholpolitiska målen. Hur regeringen har kunnat bedöma situationen 2023 med avseende på t.ex. total konsumtion och privat införsel av alkohol mer än två år i förväg framgår dock inte.

I själva verket handlade den aviserade skatthöjningen inte heller om alkoholpolitik, vilket tydligt framgick när budgetpropositionen presenterades. Då tillkännagav regeringen nämligen att man överenskommit med samarbetspartierna Centern och Liberalerna om att höja alkoholskatterna för att finansiera höjda försvarsanslag.

Statsbudgeten fungerar inte så att pengar i den kan öronmärkas på det sättet. Men det spelar mindre roll. Poängen är att tillkännagivandet visade att skattehöjningen var motiverad av statsfinansiella och inte av alkoholpolitiska skäl.

## 4. Detaljhandelsmonopolet

Det andra viktiga instrumentet för statens alkoholpolitik är detaljhandelsmonopolet som utövas genom det helägda aktiebolaget Systembolaget AB. Det har nu gått 65 år sedan Systembolaget AB bildades. Bolagets uppdrag är att minska alkoholens skadeverkningar genom att begränsa tillgängligheten till alkohol och att sälja denna utan att vinstmaximera.

Fram till 1995 var även all import, inklusive partihandel, underkastat ett statligt monopol som hanterades av Vin och Sprit AB. Genom Sveriges inträde i EU förändrades detta. År 1995 förlorade Vin & Sprit AB sitt monopol på alkoholimport och antalet importörer ökade snabbt från en till 115. Dessa importörer, partihandlare, får dock inte sälja sina produkter vidare **direkt** till medborgarna annat än genom Systembolagets försorg.

Återkommande reses förslag om att alkohol borde kunna försälas i livsmedelshandeln. Allt tyder dock på att det finns ett utbrett stöd i Sverige för en restriktiv alkoholpolitik. Det gäller inte bara i riksdagen, utan också bland medborgarna. I 2020 års förtroendebarmeter angav 76 procent av de tillfrågade att de hade mycket eller ganska stort förtroende för Systembolaget.

Systembolagets eget agerande har inte varit utan betydelse för denna inställning till detaljhandelsmonopolet. På myndighetsområdet har Skatteverket gått från att vara fogdens repressiva arm till att bli en välfungerande servicemyndighet med högt förtroende hos allmänheten. På motsvarande sätt har det statliga Systembolaget gått från den tid när man smög in i en mörk butik för att köpa "en halv böj" till att bli en ljus självplocksbutik med generösa öppettider, stort sortiment och ofta mycket kunnig personal.

I storstäderna skulle man säkert kunna komma i åtnjutande av ett stort utbud av öl, vin och sprit även med en fri detaljhandel. I större delen av landet skulle detta dock knappast vara möjligt. På många orter i Sverige är det statliga Systembolaget i praktiken en garant för invånarnas tillgång till ett stort och brett sortiment av alkoholhaltiga drycker. Rimligen har detta förhållande också varit en bidragande orsak till det medborgerliga stöd som detaljhandelsmonopolet åtnjuter.

## 5. Systembolagets "begränsningsuppdrag"

Det är uppenbart att Systembolagets uppdrag är dubbeltydigt. Man ska begränsa tillgängligheten till alkohol men som konstaterades inledningsvis kan Systembolaget främst påverka **till vem** man försäljer alkohol. Om man vill påverka **hur mycket** man säljer är fler inbjudande butiker, utökade öppettider och kunnig personal naturligtvis inte den bästa metoden. Då är bättre med få säljställen, korta öppettider och otrevlig personal. Detta skulle dock leda till att människor i ökad utsträckning införskaffade sina drycker på andra vägar än genom Systembolaget, vilket från alkoholpolitiska utgångspunkter vore negativt.

Systembolaget har hela tiden att balansera mellan å ena sidan statsmakternas alkoholpolitiska intentioner och å andra sidan nödvändigheten av att bibehålla en hyggligt bred medborgerlig acceptans för verksamheten.

Det är viktigt att Systembolaget är en attraktiv inköpskanal för medborgarna. Annars kommer de att välja att skaffa sin alkohol på andra sätt, t.ex. genom resandeförsel, näthandel, köp av smuggelsprit och hembränning. Den fråga som reses är dock hur ändamålsenligt det är att Systembolaget AB ska ha dubbla roller; att dels sälja alkohol, dels söka begränsa tillgängligheten till samma alkohol?

Vore det inte bättre att skilja på rollerna och renodla Systembolagets uppdrag till att sälja alkohol inom av statsmakterna fastställda gränser? Det skulle då i stället ankomma på staten att sköta "begränsningsuppdraget" dvs. att besluta om vilka medel och metoder som ska användas för detta ändamål.

Statistik över alkoholförsäljningen måste rimligen utgöra en viktig grund för riksdagens ställningstaganden till alkoholbeskattningens utformning.

Mot den bakgrunden kan man bli förundrad när man går in i Statistiska Centralbyråns statistikdatabaser och söker på "alkohol". Då får man nämligen endast fem träffar, varav ingen är relevant för det övergripande alkoholpolitiska perspektivet. I stället får man vända sig till Folkhälsomyndigheten.

Folkhälsomyndigheten har ett mycket brett uppdrag. Alkoholfrågorna intar inte någon framträdande plats på myndighetens hemsida. Där redovisas huvudsakligen den kunskapsöverföring till kommuner, länsstyrelser och verksamhetsutövare som bedrivs inom ramen för regeringens alkohol-, narkotika-, dopnings och tobaksstrategi (ANDT). Varken statistik, statistikinsamling eller tillsyn av statistikinsamlingen anges bland myndighetens uppgifter på alkoholområdet.

Statistikredovisningen på Folkhälsomyndighetens hemsida är följaktligen också begränsad. Statistiken över den alkohol som försäljs direkt till slutkund härrör naturligen från Systembolagets rapportering. Uppskattningen av försäljningen via restauranter och andra utskänkningsställen grundas på rapporteringen av hur mycket partihandlarna har sålt till dessa.

Den viktiga uppskattningen av den oregistrerade alkoholanskaffningen – reseinförd alkohol, smugglad alkohol, hembränning och köp av alkohol över internet – bedöms sedan 2013 med utgångspunkt från de s.k. Monitormätningar som utförs av Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN).

CAN har sitt ursprung i nykterhetsorganisationen Centralförbundet för nykterhetsundervisning (CFN) som bildades redan 1901. Efter motbokens avskaffande 1955 involverade sig staten och tillsatte halva styrelsen. Under 1960-talet, när alkoholliberalismen ökade i Sverige, började CFN kritiseras för sina starka kopplingar till nykterhetsrörelsen. Det ledde till att man breddade verksamheten, släppte in medlemsorganisationer också utanför nykterhetsrörelsen och bytte namn till Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN). Organisationen har därefter följt drogutvecklingen i landet genom årliga rapporter.

När Statens Folkhälsoinstitut (sedermera dagens Folkhälsomyndighet) bildades i början av 1990-talet ansåg utredarna att CAN borde inordnas i den nya myndigheten. Så skedde emellertid aldrig. Det innebär att CAN fortsatt att utöva sin myndighetsliknande statistikverksamhet som en medlemsstyrd



organisation, låt vara med en ordförande utsedd av regeringen och några styrelseledamöter utsedda av Vetenskapsrådet, Socialstyrelsen och Folkhälsomyndigheten.

Fram till 2015 publicerade Folkhälsomyndigheten på sin hemsida statistik över försäljningen i de systembolagsbutiker som var belägna i gränsområdena. Numera offentliggörs endast länsbaserad statistik. Oavsett vilka skäl Systembolaget har för att motivera detta kvarstår faktum; nyordningen medför en minskad transparens och ökade svårigheter för såväl riksdagen som medborgarna att värdera gränshandelns omfattning och karaktär.

## 6. Information och forskning

Systembolaget har ett informationsuppdrag som innebär att man ska ge människor en realistisk bild av de risker som alkoholkonsumtion kan innebära. Sålunda finansierade Systembolaget AB under 2019 en studie om alkoholens samhällsekonomiska kostnader och genomförde ”seminarier riktade till allmänheten och breda kommunikationsinsatser”. Frågan om hur många medborgare med alkoholproblem som skulle välja att vända sig till just Systembolaget AB lämnas dock obesvarad.

Systembolaget AB har också bildat ett dotterbolag, IQ, med uppdrag att verka för ett ”smartare” förhållningssätt till alkohol. Genom kunskap och kommunikation strävar IQ efter att skapa ”medvetenhet kring drickande”. IQ bedriver eller finansierar en lång rad projekt. Hit hör en film om Systembolagets ”Tonårsparlören”, samverkansprojektet ”Fotboll utan fylla”, självskattningsverktyget ”Alkoholvanor” samt inspirationsträffar på temat alkohol, sex och relationer.

I generella termer är detta säkert positiva och värdefulla initiativ. Frågan är dock varför just Systembolaget som tillhandahåller de produkter som möjliggör drickandet ska anförtros uppgiften att sköta medvetandegörandet om drickandets konsekvenser? Det kan tyckas vara att sätta bocken som trädgårdsmästare.

Detsamma kan sägas gälla svensk alkoholforskning. Även här spelar Systembolaget nämligen en central roll. Systembolaget delar årligen – via sitt alkoholforskningsråd – ut tio miljoner kronor till alkoholforskning. Syftet är att stärka svensk alkoholpolitisk forskning men har gjort Systembolaget till en så betydande forskningsfinansiär att det kan riskera att påverka alkoholforskningens inriktning i stort. Alkoholforskningsrådet är visserligen formellt fristående från Systembolaget men utses av detta. Två av tio miljoner kronor är också vikta åt av Systembolaget initierade fokusområden.

Staten har rimligen ett intresse av att främja alkoholforskning och bidra med skattemedel till denna. Däremot kan man ifrågasätta om den fria forskningen stärks av att uppgiften anförtros alkoholmarknadens viktigaste aktör, det statliga detaljhandelsmonopolet. En oberoende statliga forskningsfinansiär skulle undanröja misstanken att det kan vara svårt att få medel till forskningsprojekt som inte ligger i linje med Systembolagets intentioner.

Detta understryks av att Systembolaget inte tvekat att intervensera i den alkoholpolitiska debatten. Självfallet besitter bolaget en betydande erfarenhet och kompetens som bör komma såväl allmänhet som beslutsfattare till kännedom. Normalt sker detta i den statliga företagsvärlden dock genom dialog med ägaren och yttranden över remisser.

Det framstod därför som uppseendeväckande när Systembolagets VD i september 2017 skickade brev till riksdagens ledamöter i den politiskt heta frågan om s.k. gårdsförsäljning. I sin skrivelse angav

Systembolagets VD – trots att inget konkret förslag låg på riksdagens bord – att detta ännu inte befintliga förslag skulle innebära ”en grundläggande förändring av svensk folkhälso- och alkoholpolitik”. Systembolagets VD slutade sin skrivelse med att själv uttolka den svenska folkviljan med orden att ”gårdsförsäljning rimmar illa med det svenska folkets vilja”.

## 7. Inspektionsmyndigheter

Som redovisats ovan är den statistik som tillhandahålls av Statistiska Centralbyrån i det närmaste obefintlig medan den statistik som redovisas av Folkhälsomyndigheten i huvudsak grundas på uppgifter från Systembolaget, CAN och olika enkäter.

Tidigare har vi haft en särskild myndighet, Alkoholinspektionen, med uppgift att utöva kontroll och tillsyn över hanteringen av alkoholdrycker och sprit i enlighet med bestämmelserna i alkohollagen. I Alkoholinspektionens ansvar ingick även att utforma och insamla den statistik som behövdes för att kontrollera och följa upp alkoholhanteringen.

Alkoholinspektionen inrättades 1995 i samband med EU-inträdet. Sedan drogs anslagen ned och inspektionen inordnades 2001 i Statens Folkhälsoinstitut som sedermera, efter sammanslagning med Smittskyddsinstitutet, kom att bilda dagens Folkhälsomyndighet.

I Folkhälsomyndighetens instruktion finns ett mycket allmänt hållet uppdrag om att framställa statistik inom folkhälsoområdet. Någon motsvarighet till Alkoholinspektionens uttryckliga uppdrag att utforma och insamla statistik på alkoholområdet finns dock inte.

Sammanfattningsvis kan det tyckas att den statistik som regering och riksdag lägger till grund för sina viktigaste alkoholpolitiska beslut vilar på en bräcklig grund. Det finns heller ingen statlig instans som tar ansvar för vilken statistik som ska insamlas eller för metodutveckling avseende denna insamling.

Härvidlag skiljer sig det alkoholpolitiska området från andra samhällsområden, där ett ökande antal tillsyns- och inspektionsmyndigheter har bildats t.ex. Datainspektionen, Energimarknadsinspektionen, Fastighetsmäklarinspektionen, Finansinspektionen, Inspektionen för arbetslöshetsförsäkringen, Inspektionen för socialförsäkringen, Inspektionen för strategiska produkter, Inspektionen för vård och omsorg, Kemikalieinspektionen, Revisorsinspektionen, Skolinspektionen, Spelinspektionen och Statens inspektion för försvarsunderrättelseverksamheten.

Därutöver finns ett antal myndigheter med olika analys- och/eller tillsynsuppgifter där detta inte syns i myndighetsnamnet. Hit hör t.ex. Arbetsmiljöverket, Elsäkerhetsverket, Jordbruksverket, Livsmedelsverket, Naturvårdsverket, Post- och Telestyrelsen, Strålsäkerhetsmyndigheten, Transportstyrelsen och Universitetskanslersämbetet.

Uppräkningarna gör på intet sätt anspråk på fullständighet. Syftet är i stället att påvisa hur staten på viktiga myndighetsområden riggat en myndighetsstruktur i syfte att trygga inte bara tillsyn, utan också goda beslutsunderlag. Man kan med fog fråga sig varför detta inte gäller också på alkoholområdet.

Som mall skulle man här kunna använda regeringens förordning med instruktion för myndigheten Trafikanalys. Om man byter ut orden ”trafik” mot ”alkohol” och ”transportpolitiska” mot ”alkoholpolitiska” i nämnda instruktion skulle myndighetens huvuduppgift få följande lydelse:

*”Alkoholanalys har till huvuduppgift att, med utgångspunkt i de alkoholpolitiska målen, utvärdera och analysera samt redovisa effekter av föreslagna och genomförda åtgärder inom alkoholområdet. Vidare ska myndigheten ansvara för att samla in, sammanställa och sprida statistik på alkoholområdet.”*

## 8. Avslutning

Sammanfattningsvis framstår statens styrning av alkoholpolitiken som otydlig. I den mån någon styrning utövas sker den genom regeringen (Socialdepartementet) men knappast genom riksdagen.

Den statistik som ligger till grund för riksdagens beslut i alkoholpolitiska frågor är begränsad. Den vilar inte på myndigheter, utan på fristående organisationer och på Systembolaget AB, som dessutom inte tillhandahåller riksdagen all tillgänglig statistik.

Någon oberoende forskning i alkoholfrågor bedrivs knappast, utan denna är i huvudsak styrd av Systembolaget AB. Någon egentlig statlig granskning och utvärdering av alkoholpolitiken sker heller inte. I stället synes Systembolaget sitta på alla stolar. Härvidlag skiljer sig alkoholpolitiken från andra politikområden.