

Pressnytt från Systembolaget

Pressmeddelande

Stockholm den 8 oktober 2012

Systembolaget tredje kvartalet 2012:

Svag försäljningsökning

Systembolagets försäljning, omräknat i liter ren alkohol, ökade med 0,9 procent under tredje kvartalet 2012 jämfört med samma period 2011. Försäljningen av alkoholfritt fortsatte att öka, nu med 35,8 procent. Cider och blanddrycker minskade mest, med - 4,7 procent. Antalet kunder under perioden var 30, 7 miljoner, en nedgång med 1,0 procent. Stödet bland allmänheten för Systembolagets ensamrätt på försäljning av vin, sprit och starköl ligger stabilt starkt och uppgick under perioden till 69 procent, 2 procentenheter högre jämfört med samma period 2011.

För de olika varugrupperna utvecklades försäljningen (i tusentals liter) enligt följande:

Tredje kvartalet (juli-september) 2012		
	Förändring jämfört med motsvarande period 2011 (procent)*	Försäljning (tusentals liter)
Vin	+ 2,4 %	50 012
Starköl	– 0,2 %	61 938
Cider/Blanddrycker	– 4,7 %	5 297
Sprit	– 0,6 %	4 786
Totalt ren alkohol	+ 0,9 %	11 907
Alkoholfritt	+ 35,8 %	579

*) Siffrorna är kalenderkorrigerade

– Försäljningen av vin, framförallt rött vin, ökade under tredje kvartalet, troligen beroende på den kalla sommaren. Sannolikt var det av samma anledning försäljningen av öl minskade något, men framförallt cider och blanddrycker som annars är typiska sommardrycker, säger Magdalena Gerger, Systembolagets vd.

Alkoholfritt fortsätter öka mest – ökat intresse för de dyrare dryckerna

Det ökade intresset för alkoholfria drycker håller i sig. Under det tredje kvartalet ökade försäljningen 35,8 procent till 578 505 liter, jämfört med samma månader 2011.

– Kunderna väljer i allt större utsträckning alkoholfria drycker som ligger i lite högre prisklasser, till exempel äppelmuster, säger Magdalena Gerger. Det är glädjande i dubbel bemärkelse, dels att våra kunder fortsätter uppskatta våra alkoholfria drycker, dels att det är ett tydligt tecken på att intresset för mat och dryck i kombination verkligen spänner över hela vårt sortiment.

Gränshandeln mot Norge ökar

Försäljningen i Systembolagets butiker vid gränsen mot Norge ökade med 4,4 procent jämfört med samma period 2011. Det är främst vin, men även öl, som ökar mest.

Minskad totalkonsumtion i Sverige men fler handlar på Systembolaget

Enligt en ny rapport** minskade svenskarnas totala alkoholkonsumtion något under 2011. Då drack varje svensk över 15 år i genomsnitt 9,4 liter, omräknat till ren alkohol, jämfört med 9,5 liter 2010. Siffror för 2012 finns inte publicerade. Under 2011 ökade Systembolagets andel av konsumtionen i Sverige med en procentenhet till 62 procent.

– Det är glädjande att den totala alkoholkonsumtionen fortsätter att minska och att Systembolagets andel ökar. Det betyder att en större andel av alkoholen säljs under kontrollerade former, säger Magdalena Gerger.

Fortsatt ökat stöd för Systembolaget

SIFO mäter på uppdrag av Systembolaget allmänhetens inställning till Systembolaget, ett så kallat opinionsindex (OPI). Under det tredje kvartalet 2012 svarade 69 procent ja på SIFO:s fråga om man vill behålla Systembolaget i dess nuvarande roll. Medelvärde för samma period 2011 var 67 procent.

Förutom opinionsindex mäter Systembolaget även kundernas nöjdhet, Nöjd-Kund-Index (NKI). Under juli till september låg index på 80 (max är 100), jämfört med 79 motsvarande period 2011.

Ålderskontroll - 94 procent

Under det tredje kvartalet bad personalen om legitimation i 94 procent av alla testköp. Under samma period 2011 var siffran 93 procent. Systembolaget anlitar ett externt undersökningsföretag för att ta reda på hur ålderskontrollen fungerar. Undersökningsföretaget låter kunder mellan 20-24 år genomföra testköp i Systembolagets butiker.

Mer statistik

[Systembolagets försäljning tredje kvartalet 2012](#) (obs, detta är en länk)

För ytterligare information, kontakta:

Lennart Agén, presschef, telefon 070-245 00 47 eller press@systembolaget.se

** Rapporten har tagits fram i samarbete mellan den projektgrupp som ingår i arbetet med uppföljning och utvärdering av regeringens ANDT-strategi (Alkohol, Narkotika, Doping och Tobak) och SoRAD, som på regeringens uppdrag kartlägger alkoholkonsumtionen i Sverige.