

Enskild motion

Motion till riksdagen 2017/18:1948

av **Sofia Arkelsten (M)**

Bättre leveranser, ett inkluderande ombudssystem och butiksförsäljning av kylda drycker på Systembolaget

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Systembolaget bör utveckla sitt serviceerbjudande med bättre leveranser och även butiksförsäljning av kylda drycker ur sitt sortiment och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

En stor del av den alkohol som konsumeras i Sverige säljs via Systembolaget. Systembolaget har kommunicerat sin idé att finnas kvar så länge som människor tycker det behövs. Men både omvärlden, marknaden och efterfrågan har förändrats. Då måste statens uppdrag till Systembolaget förändras. Systembolaget behöver öppna upp för bättre service och erbjuda exempelvis snabba hemleveranser, ett mer inkluderande ombudssystem där även företag som levererar mat omfattas, kylda drycker i butik och bättre öppettider.

Grundläggande är att alkohol inte är vilken vara som helst. Den ska hanteras ansvarsfullt och regleras. Den som missbrukar ska kunna få hjälp och vård.

Systembolagets affärsidé bygger på att begränsa tillgången till alkohol, och att samtidigt balansera sin service till kunderna med ett uppdrag från staten om att inte sälja så mycket. Men upplägget håller inte riktigt längre eftersom omvärlden har förändrats.

Alla tycker inte att Systembolaget behövs. Människors egen införsel från andra länder är betydande. Ölkarusellen omfattar en allt större del av marknaden. Smuggling och olaglig försäljning ska också tas med i beräkningen.

Den som handlar på Systembolaget måste också planera sin alkoholkonsumtion. Det är en märklig ordning och får möjligen andra effekter än det var tänkt. Inför storhelger är köerna långa, varor tar slut och människor köper på sig mer än de kanske behöver eftersom butikerna är stängda då efterfrågan är högre. Det kan diskuteras om det

verkligen är rimligt att vuxna människor ska planera sina alkoholinköp på detta sätt, eller om det är så att dagens begränsning i öppettider snarare skapar en osund kultur.

Det var inte länge sedan som Systembolaget sålde varor över disk. Sen kom butikerna med självplock och den förändringen uppskattades av kunderna. Samma sak med lördagsöppet. Samhällsansvaret tar sig olika uttryck, exempelvis arbetar Systembolaget med ansvarsfrågor som corporate social responsibility och även med information om ekologiska produkter på hyllan och på webben. Däremot har de inte agerat särskilt starkt som stor aktör för att driva på i frågan om att införa innehållsförteckning på vin.

Ett företag som vill finnas kvar och vara relevant på en marknad som förändras behöver utvecklas – även om det just nu har ett statligt monopol. Butiksförsäljning av kyllda drycker som tidigare diskuterats kan vara nästa steg för en bra service. Men det stannar inte där. Bättre öppettider och leveranser kan vara nästa steg för att öka servicen.

Både kundernas beteende och matmarknaden har förändrats mycket på kort tid och företagen står inför enorma utmaningar. Företag som producerar livsmedel och företag som säljer livsmedel konsolideras med företag som är bra på logistik och leverans. Dagligvaruhandeln är i förändring och där ingår även måltidsdrycker.

Kunderna ser butikerna som skafferi. Mat ska kunna ätas direkt, ibland på plats, ibland hemma. Butiker konkurrerar med restauranger, cateringföretag kan hantera både mat och dryck. Hemkörning finns av kyld färdigmat, varm mat och råvaror, allt från billigt till high end. Vin och öl går att beställa via nätet för den som planerar och har tid.

Men allt går snabbare. Kunderna efterfrågar direkt leverans av det som beställs. Vin, öl och ibland snaps är måltidsdrycker och kan säljas färdiga för konsumtion.

Det har blivit en tidsfråga innan öl och vin kan köpas till direkt i måltidsbeställningen för hemleverans. Frågan är om det är Systembolaget eller restaurangföretagen som kommer vara marknadsledande i detta.

Sofia Arkelsten (M)