

SKRIFTLIG FRÅGA TILL STATSRAÅD

Från Riksdagsförvaltningen  
2016-12-12  
Besvaras senast  
2016-12-27

Till statsrådet Gabriel Wikström (S)

**2016/17:492 Hemleverans av alkohol**

Många företag erbjuder i dag hemleverans av framför allt vin. Verksamheten har vuxit de senaste åren. Handeln sker via nätet – och alkoholen levereras hem till köparen. Att köpa mat och andra varor online blir allt vanligare i Sverige. Det är allt fler som vill slippa besväret att ta sig till affären, och i stället få sina varor hem direkt.

Gabriel Wikström kallar hemleverans av alkohol för ”ett hot mot Systembolagets ensamrätt” och vill sätta stopp ”för den här typen av försäljning”. Stopp för framtiden. För att stoppa handeln av den här typen och annan beställning från utlandet har regeringen lagt ut ett förslag på remiss.

Förslaget på ett förbud mot distansförsäljning av alkohol innebär att nätbutikerna får fortsätta att sälja sina varor på nätet, men att köparen själv får ordna transporten, som inte är kopplad till säljaren, till Sverige. Nyttan av det är obegriplig.

Systembolaget har ökat utbudet och öppettiderna; alkoholtillstånden för öl, vin och sprit är i dag runt 10 000. Vi får ta med 10 liter sprit och 90 liter vin från andra EU-länder mot tidigare 1 liter. Detta har kunnat ske utan att drickandet skenat. Tvärtom. Alkoholkonsumtionen i Sverige har sjunkit de senaste tio åren, unga dricker allt mindre och alkoholdebuten sker allt senare. Om det är missbruk som Wikström bekymrar sig om så är dramatiken över hemleveransen i onödan. Målgruppsanalysen bör möjligtvis göras om. Det är viner från 90 kronor flaskan och uppåt som är nischen, kanske inte för unga som är på jakt efter en snabb berusning? Det är snarare langarna av fulspriten på gatan som man bör jaga.

Med anledning av ovanstående vill jag fråga statsrådet Gabriel Wikström:

Avser statsrådet att ta några initiativ med tanke på den ökade efterfrågan av hemleverans av alkoholhaltiga drycker?

.....  
Amir Adan (M)

Överlämnas enligt uppdrag

David Carvajal