

BESÖK PÅ CALLE GRENZ SHOP

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

I ett industriområde i utkanten av staden Burg på den tyska ön Fehmarn ligger *Calle Grenz Shop*. Det är en stormarknad helt inriktad på alkohol med skandinaver som viktigaste målgrupp. Parkeringsplatsen runt om affären är hela dagen fylld av svenska och danska bilar, inte sällan med släpkärror. Calle är ett danskt företag som redan 1973 etablerade sig söder om landgränsen i Tyskland för att i konkurrens med tyska stormarknader sälja vin och öl till danska kunder (<http://www.calle.dk>). I och med de ökade införselkvoterna blev svenskar en mycket intressant kundgrupp och därför etablerade man sig också på Fehmarn. Calle är inte ensam om att annonsera sina varor i Sverige. Det dansk-tysk-svenska färjerederiet Scandlines marknadsför i de svenska turlistorna sin sk Border Shop vid färjehamnen i Puttgarden och talar om 'skatteparadiset Själland' (<http://scandlines.se>).

Bakom den expanderande gränshandeln ligger således de ökade införselkvoterna från EU-området. Med tillåtna volymer på 10 liter starksprit, 90 liter vin och 110 liter öl per person kan inköpsresor av detta slag bli mycket lönsamma. Samtidigt har just möjligheten att på detta sätt privatimportera sprit, vin och öl skapat en alkoholpolitisk diskussion i Sverige. Å ena sidan har det föreslagits att de svenska skattesatserna skall sänkas i syfte att möta konkurrensen från privatimporten, å andra sidan har det höjts röster för att reglerna för införsel av alkohol borde omförhandlas med EU. En statlig utredning lade 2004 fram ett förslag till skattsänkningar på framför allt sprit (SOU 2004:86). Förslaget som omedelbart skapade en politisk debatt som inte följde traditionella partipolitiska skiljelinjer har ännu inte resulterat i något politiskt initiativ.

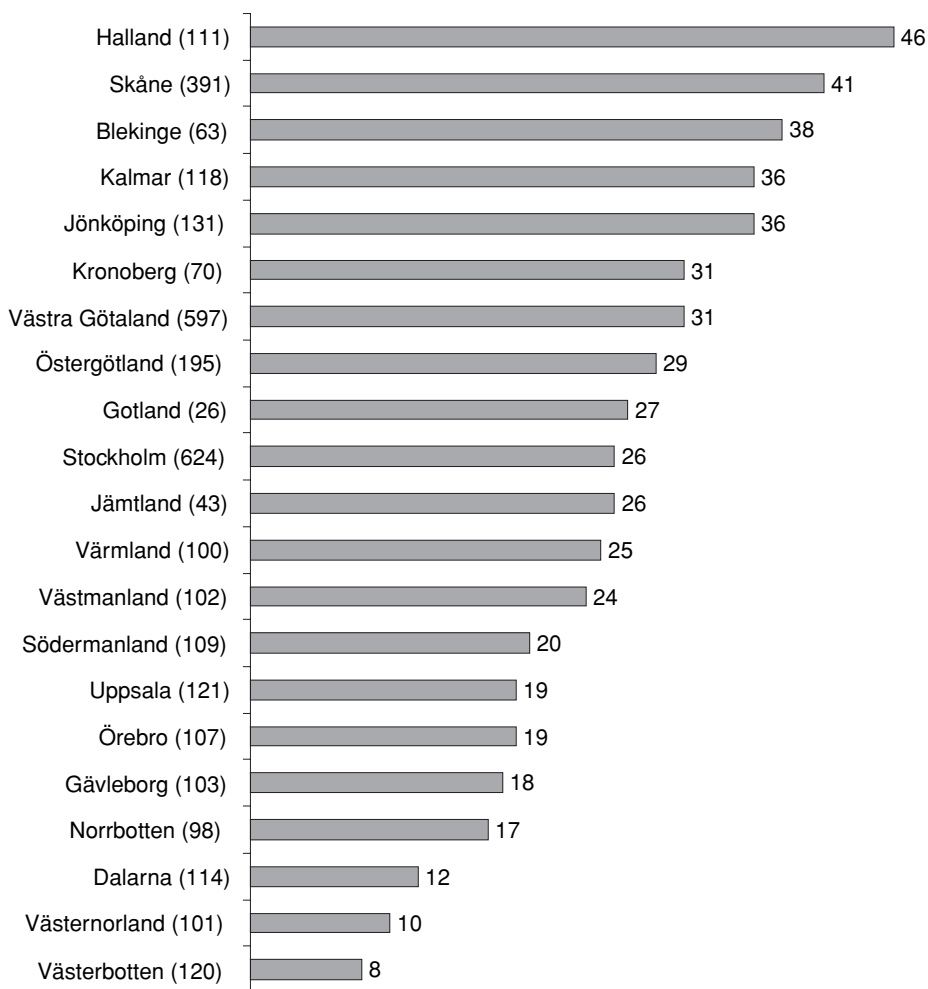
En av de frågor som ställdes i debatten var i vilken utsträckning privatinförseln av alkohol egentligen är något problem och i vad mån den bidrar till en ökad alkoholkonsumtion i Sverige. Sedan ny statistik visat att uppgången i den svenska alkoholkonsumtionen brutits under 2005 (Resandeförsel av alkohol, 2006; Alkoholkonsumtionen..., 2006; Jfr Trolldahl och Gustafsson, 2005) förefaller också oron för inköpsresornas konsekvenser ha minskat. Resandeförselns andel har också gått ned och står, tillsammans med beräknad smuggling och hemtillverkning, för 35 procent av totalkonsumtionen 2005 i jämförelse med 38 procent år 2004.

Även om debatten om privatinförseln är mindre än tidigare leder ändå dess relativt höga andel av alkoholkonsumtionen till flera intressanta frågor. En fråga är givetvis vilka som faktiskt gör inköpsresor och hur ofta. En andra fråga är vad inköpsresorna faktiskt betyder, men då inte främst för alkoholkonsumtionen i Sverige utan för synen på svensk alkoholpolitik. I det följande är syftet att empiriskt belysa dessa två frågeställningar med utgångspunkt från 2005 års SOM-undersökning.¹

Svenskar på inköpsresa

Svenskar gör ofta inköpsresor. Närmare 30 procent uppger att de åtminstone en gång under de senaste 12 månaderna storhandlat alkohol utomlands. Närmare en tredjedel av dessa personer har gjort det minst en gång under det senaste halvåret. Knappt fem procent av samtliga har gjort minst en resa i kvartalet.

Figur 1 *Storhandla alkohol utomlands minst någon gång om året efter län 2005 (procent)*



Källa: Riks-SOM 2005. Siffran inom parentes visar antalet svarspersoner.

Eftersom huvuddelen av privathandeln med alkohol görs i Tyskland och Danmark finns det givetvis en geografisk faktor bakom möjligheten att göra inköpsresor. Det är inte överraskande att det är personer som bor i landets sydliga län som är de flitigaste besökarna i tyska och danska stormarknader. Halland och Skåne uppvisar en andel på över 40 procent som varit på inköpsresa minst en gång under det senaste året, tätt följda av Blekinge, Kalmar, Jönköpings och Västra Götalands län som alla ligger över 30 procent (figur 1). Lägst är andelarna för Norrlandsläna och Dalarna; i Västerbottens län är andelen under 10 procent.

Närhetsfaktorn blir särskilt påtaglig om vi begränsar oss endast till Sydvästskåne. Bland dem som bor i Malmö/Lund-området har 43 procent storhandlat minst en gång under det senaste året och en fjärdedel av dem – 10 procent av samtliga – har gjort det minst en gång i kvartalet. För Göteborgsområdet ligger motsvarande siffror på 35 respektive 7 procent och för Stockholmsområdet på 26 respektive 4 procent.

I frågan om storhandeln fanns det i SOM-studien inte någon uppföljningsfråga om var man gjort sina inköp. Antagandet om att det främst gäller Tyskland och Danmark får emellertid ett indirekt stöd av de regionala skillnaderna. Att Norrbotten har en högre andel än Västerbotten kan möjligen leda till slutsatsen att också inköp i Finland kan stå för en del av storhandeln.

Nästa fråga är då vilka som står för storhandeln av alkohol. I tabell 1 finns en redovisning av andelen personer som storhandlar minst en gång om året eller oftare. När det gäller allmän demografi framgår att det främst är medelålders som storhandlar, medan framför allt äldre, men också unga, mindre ofta är på inköpsresor. Det är också möjligt att väga in den geografiska faktorn. I Malmöområdet är det nästan 45 procent av medelålders personer som under det gångna året gjort minst en inköpsresa till utlandet. Alkoholinköp i utlandet verkar framför allt vara en fråga för hushållet och vanligare bland sammanboende än bland ensamstående. Och det är tjänstemän, företagare och akademiker som något oftare är på inköpsresor än arbetare.

Att det finns en klassfaktor i storhandeln framgår tydligast i skillnaden efter sammanlagd hushållsinkomst. Det är hushåll som tjänar mest som oftast handlar billigare alkohol. Sambandet är dock inte så tydligt som siffrorna vid en första anblick ger vid handen. Eftersom hushållsinkomsten delvis är bestämd av om man är ensamstående eller sammanboende och om man är förvärvsarbetande eller ej finns även sådana faktorer med i bakgrunden. Men även med kontroll för dessa faktorer återstår en klar inkomstfaktor. Den socioekonomiska faktorn kan även anas bakom skillnaderna mellan personer med olika ideologisk syn: människor som placerar sig till vänster storhandlar något mera sällan än personer som placerar sig till höger.

Även om det finns sociala och ekonomiska faktorer bakom storinköpen av alkohol är den enskilt viktigaste faktorn den egna alkoholkonsumtionen. Närmare hälften av dem som är högkonsumenter – de som dricker sprit, vin eller starköl flera gånger i veckan – storhandlar alkohol utomlands åtminstone någon gång om

Tabell 1 Andel som storhandlat alkohol utomlands minst en gång under de senaste 12 månaderna 2005 (procent)

	Har storhandlat		Summa procent	Antal personer
	Ja	Nej		
<i>Kön</i>				
Män	30	70	100	1 644
Kvinnor	25	75	100	1 801
<i>Ålder</i>				
15 – 29 år	25	75	100	641
30 – 49 år	30	70	100	1 120
50 – 64 år	32	68	100	957
65 – 85 år	21	79	100	727
<i>Utbildning</i>				
Lågutbildad	23	77	100	879
Medellågutbildad	29	71	100	1 131
Medelhögutbildad	31	67	100	692
Högutbildad	30	70	100	699
<i>Civilstånd</i>				
Ensamstående	21	79	100	918
Sambo	33	67	100	703
Gift	31	69	100	1 640
Änka/änkling	15	85	100	134
<i>Subjektiv familjeklass</i>				
Arbetarfamilj	26	74	100	1 465
Tjänstemannafamilj	30	70	100	906
Akademikerfamilj	33	67	100	517
Egen företagare	29	71	100	255
<i>Hushållsinkomst</i>				
≥100 000 SEK	13	87	100	219
101 000 – 200 000 SEK	18	82	100	430
201 000 – 300 000 SEK	24	76	100	678
301 000 – 400 000 SEK	28	72	100	579
401 000 – 500 000 SEK	35	65	100	528
501 000 – 600 000 SEK	37	63	100	378
601 000 – 700 000 SEK	36	64	100	200
≤701 000 SEK	38	62	100	527
<i>Ideologisk självplacering</i>				
Klart vänster	24	76	100	234
Något vänster	26	73	100	807
Varken eller	25	75	100	1 178
Något höger	33	67	100	809
Klart höger	36	64	100	315
<i>Dricker alkohol</i>				
Flera gånger i veckan	45	55	100	306
Någon gång i veckan	41	59	100	1 037
Någon gång i månaden	29	71	100	927
Mer sällan	16	84	100	561
Aldrig	2	98	100	448

året; i denna grupp är det 17 procent som storhandlar åtminstone någon gång i halvåret. Även bland dem som dricker sprit, vin och starköl någon gång i veckan är andelen storhandlare hög. Men bland personer som uppger att de inte druckit alkohol under de senaste tolv månaderna är det i stort sett inga som varit med på någon inköpsresa.

Om vi analyserar förhållandet mellan de olika förklaringsfaktorerna i en multipel regressionsanalys visar det sig att alkoholvanor är den faktor som helt dominerar. Hushållets storlek och svarspersonens självplacering på vänster-högerskalan ger knappt signifikanta bidrag – ensamhushåll och vänsterinriktning betyder dock något mindre intresse för inköpsresor – medan hushållsinkomst saknar effekt som självständig faktor.

Att den egna alkoholkonsumtionen är en central faktor är knappast ägnat att överraska. Det som är svårare att uttala sig om är om dryckesvanorna skall betraktas som en orsak till en konsekvens av storinköpen. I vår analysmodell har alkoholvanorna specificerats som en förklaring till varför man storhandlar. Så enkelriktad är dock inte verkligheten. Forskningen om alkoholvanor betraktar vanligen tillgång till alkohol som en viktig förklaring till konsumtionen. I ett sådant perspektiv bör alkoholkonsumtionen ses som en följd av att man storhandlar. Ett argument för ett sådant synsätt kan hämtas från det faktum att personer som har mest regelbundna alkoholkonsumtion är de som oftast storhandlar.

Och konsekvenserna?

Även om vi således inte på grundval av en enda undersökning från ett enskilt år kan dra några egentliga slutsatser om orsak och verkan har vi ändå valt att analytiskt utgå ifrån att regelbundna alkoholinköp utomlands kan ha betydelse för åsikter i alkoholpolitiska frågor. Vi har här valt att utgå från tre attitydfrågor som avser svensk alkoholpolitik: synen på de ökade införselkvoterna från EU-länderna, åsikten om förslaget att skärpa gränskontrollen i fråga om privatinförsel och inställning till skatten på alkohol i Sverige. I tabell 2 redovisas vad personer med skilda inköpsvanor gör för bedömningar.

Det allmänna mönstret är att det finns ett klart samband mellan storinköp av alkohol utomlands och inställningen i alkoholpolitiska frågor, även om sambandet på någon punkt möjligen är svagare än vad som kunde förväntas. När det först gäller frågan om den svenska alkoholpolitiken positivt påverkats av EU-medlemskapet – i praktiken en fråga om det rimliga i de ökade införselkvoterna – visar det sig föga överraskande att personer som storhandlat ofta är klart mer positiva än de som inte storhandlat. Det som möjligen förvånar är att det även bland dem som handlat en eller ett par gånger om året finns relativt många kritiska. Det senare gör att balansmättet – andelen positiva minus andelen negativa – stannar på en ganska litet plus. Bakom resultatet kan anas att skillnader i åsikter i frågan om det svenska medlemskapet påverkar bedömningarna av hur EU påverkat svensk alkoholpolitik;

allmänt gäller att personer som är kritiska till EU är det på alla områden (jfr Rutger Lindahls artikel om EU-opinionen).

Tabell 2 Alkoholhandlar utomlands (procent)

EU har medfört att alkoholpolitiken präglats av:	Ingen gång	Någon gång om året	Någon gång i halvåret	Någon gång i kvartalet
Stor förbättring	2	6	5	10
Viss förbättring	12	23	29	34
Varken eller	32	39	31	28
Viss försämring	19	13	15	15
Stor försämring	21	8	12	6
Ingen uppfattning	14	11	9	7
Summa procent	100	100	101	100
Balansmätt	-26	+8	+7	+23

Utöka gränskontrollen/ stoppa smuggling	Ingen gång	Någon gång om året	Någon gång i halvåret	Någon gång i kvartalet
Mycket bra förslag	31	21	21	18
Ganska bra förslag	30	23	21	21
Varken eller	19	28	24	28
Ganska dåligt förslag	8	14	17	12
Mycket dåligt förslag	7	10	13	19
Ingen uppfattning	6	3	4	2
Summa procent	101	100	100	100
Balansmätt	+46	+20	+12	+8

Sänka skatten på alkohol	Ingen gång	Någon gång om året	Någon gång i halvåret	Någon gång i kvartalet
Mycket bra förslag	19	33	36	59
Ganska bra förslag	28	40	47	21
Varken eller	19	13	9	10
Ganska dåligt förslag	14	8	5	6
Mycket dåligt förslag	16	4	3	4
Ingen uppfattning	4	2	-	-
Summa procent	100	100	100	100
Balansmätt	+17	+61	+75	+70
Antal svar	1 181	293	107	68

Källa: Riks-SOM 2005

Antagandet bekräftas vid en fördjupad analys. Personer som är emot det svenska medlemskapet i EU är – oavsett hur ofta man gör storinköp utomlands – mera negativa till konsekvenserna av medlemskapet för svensk alkoholpolitik. Även bland personer som utnyttjar möjligheten att storhandla minst någon gång i kvartalet, men är motståndare till EU, är majoriteten negativ – balansmålet är -5 bland EU-motståndare mot $+49$ bland EU-förespråkare. Annorlunda uttryckt, det finns en stor grupp som utnyttjar den nya möjligheten till alkoholinköp men som egentligen inte gillar politiken bakom.

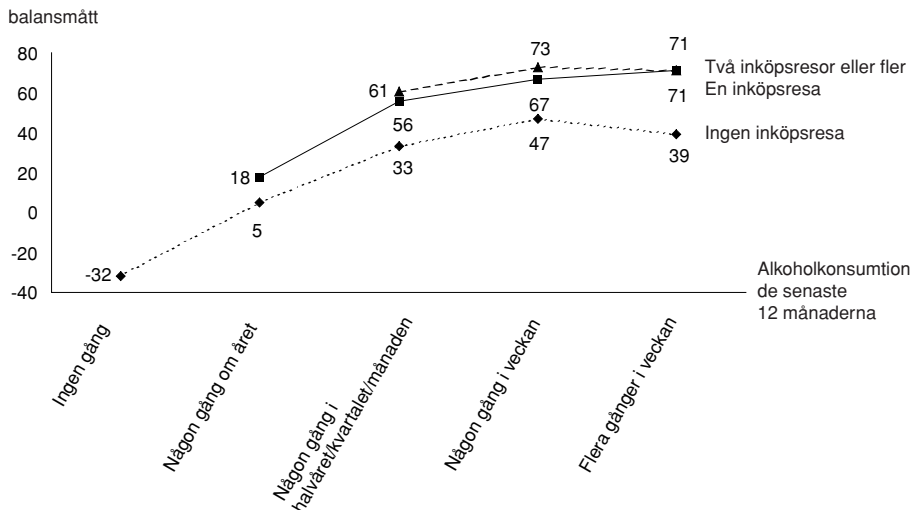
I fråga om kravet på att utöka gränskontrollen finns det överlag en majoritet för. Hur stor majoriteten är beror dock på hur ofta man storhandlar. Personer som gör det åtminstone någon gång i kvartalet är de som är minst entusiastiska för en utökad gränskontroll.

Slutligen gäller analysen den stora alkoholpolitiska frågan om alkoholskatten. Är det en rimlig alkoholpolitisk åtgärd att den sänks? När det gäller inställningen till sänkt alkoholskatt visar det sig att 56 procent av svenska folket är för en sänkning. Det är ett något högre stöd än ett år tidigare, då andelen endast var 49 procent (Holmberg och Weibull, 2005; jfr Leifman och Gustafsson, 2005). Det skulle möjligen kunna förväntas att personer som gör regelbundna storinköp av alkohol utomlands inte skulle vara mera för en sänkning – de har ju genom utlandsinköpen *de facto* sänkt sin alkoholskatt – än personer som inte köper alkohol utomlands. Så är dock inte alls fallet. Tvärtom går det en klar gräns mellan personer som inte storhandlat utomlands och dem som gjort det minst en gång under det senaste året, där den senare gruppen är betydligt mera positiva till skattesänkning än den förra.

En förklaring till utfallet ligger i en tredje faktor: de egna alkoholvanorna. Som tidigare framgått stiger intresset för storinköp av alkohol i utlandet med regelbundenheten i den egna konsumtionen av sprit, vin eller starköl. En analys av synen på alkoholskatten med kontroll för både storinköp och alkoholvanor visar på ett klart samspel dem emellan. Mest negativa till förslaget att sänka alkoholskatten är personer som varken smakat alkohol eller gjort storinköp (balansmätt -32). Mest positiva är personer som både använder alkohol regelbundet och har storhandlat utomlands ($+71$).

Det andra vi kan utläsa av resultaten är att alkoholvanor har en något större effekt på inställningen till att sänka alkoholskatten än vad inköpsresor har. Med ökad konsumtion av starköl, vin och sprit stiger den positiva inställningen till att sänka skatten, oavsett om man storhandlat alkohol eller ej. Samtidigt är det mycket tydligt att inköpsresenärerna oavsett hur regelbundet man dricker är mer positiva till sänkt alkoholskatt. Slutsatsen måste bli att det finns en 'privatinförsselfaktor' i allmänhetens syn på alkoholskatten. Den kan bottna i bedömningen att det skulle fungera bättre för mig om jag kunde köpa alkohol billigare i Sverige och slapp att resa till Tyskland eller Danmark. Samtidigt kan det inte uteslutas att det finns en allmänt marknadsliberal inställning bakom åsikten i skattefrågan.

Figur 2 *Inställning till att sänka skatten på alkohol efter egen alkoholkonsumtion och storinköp av alkohol utomlands (balansmätt)*



Kommentar: Antalet svarspersoner är allt för få när det gäller att redovisa dels dem som inte druckit alkohol och gjort inköpsresa, dels dem som druckit alkohol en gång i månaden eller mera sällan och gjort en inköpsresa.

För att testa om en marknadsliberal faktor spelar in har vi genomfört en multipel regressionsanalys där vi vid sidan av den egna alkoholkonsumtionen och frekvensen av inköpsresor även lagt in svarspersonernas självplacering på vänster-högerskalan, som antas fånga upp graden av marknadsliberalism: ju mer höger desto mer marknadsliberal. Analysen visar att ideologisk självplacering har en självständig förklaringskraft men att den egna alkoholkonsumtionen är den dominerande förklaringsfaktorn. Även frekvensen i inköpsresor har en självständig påverkan på åsikterna i om alkoholskatten. Personer till höger är mer positiva till att sänka alkoholskattorna än personer till vänster. Men även personer som placerar sig till vänster är positiva till sänkning av skatten om de är regelbundna alkoholkonsumenter.²

Slutsatsen är således att de egna alkoholvanorna ökar intresset både för inköpsresor till Tyskland och Danmark och för en sänkt alkoholskatt. Samtidigt kan vi, utifrån den fråga vi inledningsvis ställde, nu fastslå att storköp av alkohol utomlands förstärker en redan alkoholliberal attityd.

På Calle Grenz Shop igen

På Calle Grenz Shop i Burg är det full fart från morgon till kväll. Kunderna står i kö vid kassorna med välfyllda vagnar. Dagsbesökarna blandas med dem som gör ett

sista stopp innan den avslutande etappen hem från någon plats längre söderut på kontinenten. Danska och svenska är de helt dominerande språken.

Det vi kan utläsa av vår analys är att huvuddelen av besökarna är familjer som bor i södra Sverige, de är medelålders och har en hushållsinkomst över genomsnittet och är oftare tjänstemän, företagare och akademiker än arbetare. De gör en sådan inköpsresa en eller två gånger om året. Vi vet också att en klar majoritet av besökarna är positiva till det svenska EU-medlemskapet och att de politiskt står längre till höger än genomsnittssvensken.

Vi kan dessutom dra slutsatsen att de har en alkoholkonsumtion klart över genomsnittet. Vad vi däremot inte kan veta är om de ökat sin alkoholkonsumtion som en följd av att de storhandlar utomlands. När man ser besökarna fylla sina bilar och släpkärror utanför Calle är det dock svårt att skaka av sig misstanken att storinköpen medför ett ökat alkoholintag. Speciellt som vi också sett att det rör sig om personer som skulle vilja handla billigare alkohol i Sverige – om skatten på alkohol varit lägre. Möjligheten till billiga inköp, liksom billigare sprit, ökar konsumtionen.

Noter

- ¹ Frågorna om alkoholinförsl och om synen på *svensk alkoholpolitik* har ställts inom ramen för forskningsprojektet Svensk alkoholopinion, finansierat av Systembolagets forskningsfond. Ansvariga för projektet är Sören Holmberg och Lennart Weibull.
- ² Den egna alkoholvanans betydelse för synen på alkoholskatten testades också direkt mot ideologisk självplacering. Det visade sig att de personer som placerar sig politiskt till vänster ökar sitt stöd för skattesänkning med mer frekvent alkoholkonsumtion – bland dem som inte druckit alkohol under det senaste året är stödet för skattesänkning 11 procent, bland dem dricker sprit, vin eller öl minst någon gång i veckan är 59 procent för. På motsvarande sätt är högerinriktade mindre för skattesänkning om de inte dricker alkohol – 20 procent av dem sänka skatten i jämförelse med 80 procent bland dem använder alkohol minst någon gång i veckan.

Referenser

Alkoholkonsumtionen i löpande 12-månadersperioder. Uppdelad på typ av dryck och anskaffningssätt. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, Stockholms universitet 2006. (http://www.sorad.su.se/doc/uploads/alkohol_statistics/Lopande_0126.pdf)

- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2004) Ju mer vi är tillsammans. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Ju mer vi är tillsammans*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2005) Lyckan kommer, lyckan går. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Lyckan kommer, lyckan går*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Leifman, Håkan, Gustafsson, Nina-Katri (2005) *Vad tycker svensken i olika alkoholpolitiska frågor?* Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, Stockholms universitet.
- Resandeförsel av alkohol. Svenska resenärers införsel av spritdrycker, vin och öl till Sverige från juni år 2000 och framåt. Uppdaterad till och med mars 2006. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, Stockholms universitet 2006. (http://www.sorad.su.se/doc/uploads/alcohol_statistics/Resande060420.pdf)
- SOU 2004:86 *Var går gränsen?* Delbetänkande av alkoholförselutredningen. Stockholm: Fritzes.
- Trolldal, Björn, Gustafsson, Ninni-Katri (2005) *Alkoholkonsumtion uppdelad i löpande 12-månadersperioder*. Uppdelad på dryck och anskaffningsätt. Sorad, Stockholms universitet.