

Timbros Briefing Paper är en serie kortrapporter som belyser komplexa frågor i ett kortare format. För att läsa detta eller andra av våra briefing papers, besök www.timbro.se/bp. ISBN 978-91-7703-018-8

OM FÖRFATTAREN

Jacob Lundberg är fellow på Timbro och doktorand i nationalekonomi vid Uppsala universitet.

KONTAKT

jacob.lundberg@timbro.se,
070-276 74 24,
[@jacob_lundberg](https://twitter.com/jacob_lundberg) (Twitter)

BRIEFING PAPER #7

30 april 2016

Tänk på procenten: Systembolagets ogrundade kampanj

Jacob Lundberg

SAMMANFATTNING

- I en stor kampanj påstår Systembolaget att det svenska alkoholmonopolet räddar 2 000 liv per år. Uppgiften kommer från en studie från Stockholms universitet. Studiens författare beräknar hur många dödsfall som skulle följa av en avreglering genom att studera hur alkoholdödighet och alkoholkonsumtion samvarierade 1950–1995.
 - Bara för att det finns en samvariation behöver det inte finnas ett orsakssamband. Det kan till exempel finnas en tredje faktor som påverkar både konsumtion och dödlighet.
 - Forskarna tycks inte heller tro på sin egen metod. I stället för att använda det samband som de fann gör de en godtycklig nedjustering, och kommer därigenom fram till att monopolet räddar 2 000 liv per år. Den siffran hade lika gärna kunnat vara tagen ur luften.
 - Deras motivering till nedjusteringen är att alkoholskadorna efter EU-inträdet, när tillgängligheten och konsumtionen ökade, inte har följt forskarnas förutsägelser om en kraftig ökning utan varit tämligen stabila.
 - Nedjusteringen som sådan visar att metoden forskarna använder har så stora brister att den inte kan förutse vilken effekt en avreglering skulle få. Systembolagets kampanj vilseleder på detta sätt allmänheten och bör dras tillbaka.
-

INLEDNING

Systembolaget påstår just nu i en påkostad kampanj¹ att Sveriges detaljhandelsmonopol på alkohol räddar 2 000 liv per år. Denna siffra är en central del i kampanjen och förekommer i tv-reklam, på en särskild hemsida (varforsystembolaget.se) och på Systembolagets plastkassar.

Företaget skriver på sin webbplats: "Systembolaget gör skillnad på flera sätt. Genom att starköl, vin och sprit säljs av oss sparas 2 000 liv varje år jämfört med om alkohol såldes i mataffärerna. Sjukdagar, olyckor, sjukdomar och våldsbrott blir färre. Det visar forskning." Källan för påståendet är en studie från Institutet för social forskning (Sofi) vid Stockholms universitet (Norström m fl, 2010).

I detta briefing paper visar jag att det inte finns underlag för de påståenden Systembolaget för fram, eftersom studien som de stödjer sig på lider av stora brister. Siffran 2 000 kunde lika gärna ha tagits ur luften.

MONOPOLETS EFFEKTER PÅ KONSUMTIONEN

Studiens författare antar att en avreglering av alkoholförsäljningen, så att alkohol kan säljas i livsmedelsbutiker, skulle öka konsumtionen genom fler butiker, förlängda öppettider, lägre priser och mer reklam. För var och en av dessa faktorer tar författarna uppskattningar från forskningslitteraturen av hur mycket försäljningen skulle öka. Baserat på dessa drar man slutsatsen att alkoholkonsumtionen skulle öka med 37 procent vid en avreglering. Det motsvarar 3 liter ren alkohol per person och år.

Denna slutsats kan dock kritiseras eftersom det inte är självklart att en avreglering skulle leda till längre öppettider, lägre priser eller mer reklam (som tillsammans tros öka konsumtionen med 14 procent). Dessa aspekter kan regleras separat i lag eller med skatter.

Den svenska erfarenheten visar också att det inte råder ett automatiskt förhållande mellan tillgänglighet och konsumtion. Svensson (2012) konstaterar att konsumtionen ökade under det första decenniet efter

¹ Systembolaget vill inte offentliggöra sin marknadsföringsbudget. Weidmo Uvell (2015) noterar att företaget använder en anedd reklambyrå och har fått pris för sin marknadsföring. Munkhammar (2009) kritiserade en tidigare kampanj från Systembolaget där budskapet var att 1 600 liv räddades.

EU-inträdet – när tillgängligheten ökade – men sedan sjönk konsumtionen tillbaka. År 2004 infördes fri införsel av alkohol för personligt bruk. Ändå började konsumtionen minska precis det året.

TOTALKONSUMTIONSMODELLEN

Även om vi skulle anta att studiens prognos för alkoholdrickandets ökning stämmer finns det ännu större problem med nästa steg i forskarnas metod, där de räknar ut hur alkoholskadorna tros öka vid ökad konsumtion. Beräkningen bygger på den så kallade totalkonsumtionsmodellen, det vill säga teorin att alkoholskadorna förändras i takt med den totala alkoholkonsumtionen i samhället.

Författarna beräknar att en ökad alkoholkonsumtion motsvarande en liter alkohol per person skulle öka dödligheten i alkoholrelaterade sjukdomar med 19 procent för män, en siffra man kallar skadeparametern. Utifrån det räknar man fram att en avreglering skulle öka denna dödlighet med 80 procent, vilket motsvarar 1 164 dödsfall per år (plus 99 dödsfall för kvinnor). På motsvarande sätt beräknas det att antalet självmord skulle öka med 382, morderna med 48 (en ökning med 45 procent) och dödsolyckorna med 269. Sammanlagt beräknas antalet dödsfall öka med 1 962.

Nyckeln i resonemanget är hur författarnas skadeparameter räknas fram. Det görs genom en tidsserieanalys för Sverige, Finland och Norge mellan 1950 och 1995 där författarna analyserar hur alkoholkonsumtionen har samvarierat med olika skadeindikatorer (för dödlighet i sjukdomar tittar man på skrumplever).

Det handlar om en ren korrelationsstudie. Det finns goda skäl att se skeptiskt på sådana: korrelation är inte kausalitet. Att två variabler samvarierar betyder inte att det finns ett orsakssamband.² Det kan exempelvis finnas en tredje faktor som påverkar båda variablerna. I fallet med alkoholkonsumtion kan man tänka sig att sociala problem och utanförskap leder till en ökning av både alkoholkonsumtion och dödlighet, utan att det nödvändigtvis är alkoholen som är orsaken till den ökade dödligheten.

Studien som Systembolaget förlitar sig på försöker inte ens kontrollera för dessa faktorer. De enda variabler som analyseras är alkoholkonsumtion och

² På www.tylervigen.com kan man se att antalet skilsmässor i Maine tydligt korrelerar med margarinkonsumtionen per capita, exempelvis.

dödlighet. Särskilt vad gäller mord och självmord är det anmärkningsvärt att författarna tolkar samvariationen med alkoholkonsumtion över tid som ett orsakssamband.

TOTALKONSUMTIONSMODELLENS MISSLYCKANDE

Författarna medger också, underförstått, att de inte tror på sin egen metod. Skadeparametern för alkoholrelaterade sjukdomar sätts inte till det värde som tidsserieanalysen visar, utan till den nedre statistiska felmarginalen. I Ramstedt (2001) beräknas att ökad konsumtion med en liter ren alkohol per person och år höjer mäns dödlighet i skrumplever med 27 procent, med ett konfidensintervall (för en 95-procentig signifikansnivå) på 19–35 procent. Det är det nedre värdet i intervallet (19 procent) som används i beräkningarna. Författarna erkänner därigenom att deras modell inte kan förklara alkoholskadornas utveckling efter EU-inträdet, då tillgängligheten och konsumtionen ökade. Anledningen till att de justerar ned sin skadeparameter är "det svaga gensvaret i alkoholrelaterad dödlighet till förändringar i befolkningens drickande under de senaste decennierna", skriver forskarna (egen översättning).

För att hantera detta görs alltså en helt godtycklig nedjustering av skadeparametern. Skadeparametern kunde lika gärna ha justerats ned ännu mer, till 10 procent, eller justerats upp till 35 procent. Den saknar helt enkelt empiriskt stöd. Ändå ligger den till grund för påståendet om 2 000 liv som Systembolaget tryckt på sina kassar och tryggt förlitar sig på i sin kommunikation med allmänheten.

Totalkonsumtionsmodellens misslyckande beskrivs närmare i Svensson (2012). Mellan 1996 och 2004 ökade alkoholkonsumtionen per capita med 30 procent. Alkoholforskarna hade förväntat sig stora ökning av alkoholskadorna efter EU-inträdet. I stället har den alkoholrelaterade dödligheten varit relativt stabil eller minskat något. Det dödliga våldet har fortsatt att minska. Detta visar att det inte är meningsfullt att göra förutsägelser om alkoholskadornas utveckling baserat på totalkonsumtionen.

SLUTSATSER

Systembolagets påstående att det svenska detaljhandelsmonopolet för alkohol räddar 2 000 liv per år saknar grund. Forskningsrapporten som uppgiften kommer från gör en mängd märkliga antaganden. Nästan hälften av den prognosticerade konsumtionsökningen kommer från antaganden om mer reklam, längre öppettider och lägre priser som inte nödvändigtvis skulle följa av ett avskaffande av monopolet.

Uppskattningen av antalet dödsfall bygger på en analys av hur alkoholkonsumtionen har samvarierat med bland annat dödsfall i skrumplever och självmord under perioden 1950–1995. Detta är inte ett trovärdigt sätt att räkna fram effekten av ökad alkoholkonsumtion. Bara för att det finns ett statistiskt samband behöver det inte finnas ett orsakssamband.

Än mer problematiskt är att forskarna inte tycks tro på sin egen modell. Om författarna verkligen hade använt sambandet som gällde under perioden 1950–1995 hade dödsfallssiffran varit betydligt högre än 2 000. Men eftersom alkoholskadorna inte alls har följt totalkonsumtionsmodellens förutsägelser under de senaste 20 åren väljer forskarna att, helt godtyckligt, anta en lägre effekt av ökad alkoholkonsumtion på sjukdomar. Den ökade tillgänglighet till alkohol som Sveriges EU-medlemskap medförde har nämligen inte lett till de stora negativa effekter som alkoholforskarna förutsade. Självmordstalet har fortsatt att minska och dödligheten i alkoholrelaterade sjukdomar har varit relativt stabil eller minskat något.

Slutsatsen är att det inte är meningsfullt att dra slutsatser om alkoholskadornas eventuella ökning vid en avreglering utifrån historiska samband mellan total alkoholkonsumtion och dödsfall i potentiellt alkoholrelaterade orsaker. Det är allvarligt att Systembolaget – ett statligt företag med lagstadgat monopol – sprider uppgifter av sådan tveksam natur. Systembolaget bör därför avbryta sin kampanj.

REFERENSER

Norström, Thor, m fl (2010), "Potential consequences of replacing a retail alcohol monopoly with a private licence system: Results from Sweden". *Addiction* 105 (12)

Ramstedt, Mats (2001), "Per capita alcohol consumption and liver cirrhosis mortality in 14 European countries". *Addiction* 96 (S1)

Munkhammar, Johnny (2009), "Dra tillbaka den falska kampanjen, Systembolaget!", *Politikerbloggen* <<http://politikerbloggen.tv4.se/2009/12/28/dra-tillbaka-den-falska-kampanjen-systembolaget>>

Svensson, Mattias (2012), *Alkoholen: En lyckad svensk liberalisering*. Rapport/Timbros <<http://www.timbro.se/bokhandel/pdf/9175668918.pdf>>

Weidmo Uvell, Rebecca (2015), "Opinionsbildningsbolaget", blogginslag 7 april <<http://www.uvell.se/2015/04/07/opinionsbildningsbolaget-26385130>>

TIMBRO

Kungsgatan 60, Box 3037,
103 61 Stockholm, Sweden

Telefon: +46 8 587 898 00

Fax: +46 8 667 00 37

E-mail: info@timbro.se