



# NÅGRA FOLKÖL ÄR VÄL INTE SÅ FARLIGT...

En studie av legitimationskontroll vid inköpsförsök i  
livsmedelsaffärer i Stockholm

Unda Lönnqvist  
Charlotta Rehnman  
Jörgen Larsson  
Eva Wallin  
Sven Andréasson

**Januari 1998**

**Rapport nr 4**

## **Förord**

STAD-projektet (Stockholm förebygger alkohol- och drogproblem) är ett tioårigt projekt vars uppdrag är att identifiera, tillämpa och utvärdera lovande metoder för prevention inom alkohol- och narkotikaområdet. Projektet tillkom 1995 efter en översyn av missbruksvården i Stockholms län, där Landstinget och Stockholms kommun gemensamt beslöt göra en mer långsiktig satsning på metodutveckling. Projektområdet består av Stockholms läns centrala och västra delar, med ca 300 000 invånare.

Den alkohol- och drogpolitiska situationen i Sverige på 90-talet kräver att nya metoder för prevention utvecklas. Den tilltagande globaliseringen och Sveriges EU-medlemskap begränsar på en rad viktiga punkter statens möjligheter att föra en tillgänglighetsbegränsande politik. Samtidigt talar allt mer av den internationella forskningen för att det just är på tillgänglighetsområdet som de största framgångarna uppnåtts. Detta understryker behovet av att i lokalsamhället utveckla ny metodik där insatser för att påverka såväl efterfrågan som tillgänglighet vävs samman i nya former av samhällsbaserad prevention.

STAD-projektet har inriktats på arbete inom tre områden: tidig upptäckt av alkoholproblem och rådgivning inom sjukvården, ansvarsfull alkoholserving på restauranger och förebyggande insatser på ungdomsområdet. Som gemensam nämnare för projekten är en betoning på lokal mobilisering, men också på lokalt policyarbete.

Även för utvärdering av samhällsbaserad prevention krävs metodutveckling. Såväl kvantitativa som kvalitativa metoder krävs, där både processer och effekter följs. Hur ser konsumtionsmönstren ut i olika delar av befolkningen? När de preventiva insatserna fram till målgrupperna? Var får tonåringar tag i alkohol och narkotika? Vad tycker läkare och sjuksköterskor om screening för alkoholproblem? Hur mäter man förändringar i våld på restauranger? Kunskapsluckorna är många. I en serie av rapporter kommer vi från STAD-projektet belysa dessa och en rad andra frågor.

*Säljer handlare folköl till ungdomar utan att kontrollera legitimation?*

I denna rapport presenteras resultatet från en studie kring tillgänglighet till folköl. Studien genomfördes i livsmedelsaffärer i Vasastan och på Södermalm. Syftet var att undersöka i vilken utsträckning ungdomar kunde köpa öl klass II utan att visa legitimation.

<b>INNEHÅLLSFÖRTECKNING</b>		<b>SIDNR.</b>
<b>0</b>	<b>SAMMANFATTNING</b>	<b>2</b>
<b>1</b>	<b>INTRODUKTION</b>	<b>3</b>
	1.1 STAD-projektet	3
	1.2 Svensk alkoholpolitik	4
	1.3 Ungdomars alkoholvanor i Sverige	5
	1.4 Ungdomars tillgänglighet till alkohol	6
<b>2</b>	<b>SYFTE</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>METOD</b>	<b>7</b>
	3.1 Urval av affärer	7
	3.2 Försökspersoner	8
	3.3 Utbildning och pilotstudie	8
	3.4 Studiens genomförande och bortfall	9
	3.5 Statistiska analyser	10
<b>4</b>	<b>RESULTAT</b>	<b>10</b>
	4.1 Utfall av inköpsförsöken	10
	4.2 Butikernas storlek och affärskedjor	11
	4.3 Expeditens kön och ålder	11
	4.4 Förekomst av skylt om 18-årsgränd	12
	4.5 Fråga om ålder/legitimation och uppskattad ålder hos ungdomarna	12
	4.6 Antal personer som stod i kö till kassan	14
<b>5</b>	<b>DISKUSSION</b>	<b>15</b>
<b>6</b>	<b>REFERENSER</b>	<b>19</b>
	<b>BILAGA</b>	<b>20</b>
	<b>FÖRTECKNING ÖVER TIDIGARE UTGIVNA RAPPORTER FRÅN STAD-PROJEKTET</b>	<b>21</b>

## **0 SAMMANFATTNING**

## Bakgrund

STAD-projektet (STockholm förebygger Alkohol- och Drogproblem) söker användbara metoder för att minska tillgängligheten till alkohol och skapa en starkare alkoholpolicy i samhället. Ungdomar är en viktig målgrupp i detta arbete. Öl klass II (2,8-3,5 volymprocent alkohol), sk folköl, kan köpas i livsmedelsaffärer och är den alkoholdryck som ökar mest bland 15-16-åringar. Den som säljer öl till ungdomar har enligt alkohollagen (3 kap, 8§) skyldighet att förvissa sig om att köparen uppnått 18 års ålder. Som en utgångspunkt för interventionsarbetet kring tillgänglighet har STAD-projektet genomfört en baslinjestudie i livsmedelsaffärer.

## Syfte

Syftet var att undersöka i vilken utsträckning ungdomar kunde köpa öl klass II i livsmedelsaffärer utan att visa legitimation.

## Metod

188 inköpsförsök gjordes i alla livsmedelsaffärer som sålde folköl i Vasastan samt i Sofia och Katarina församlingar på Södermalm i Stockholm. Affärerna besöktes vid två tillfällen, en fredag och en lördag i januari 1998. Ungdomar som fyllt 18 år, men som bedömts ha ett yngre utseende enligt en expertpanel, försökte i varje affär köpa ett 6-pack folköl utan att visa legitimation.

## Resultat

Ungdomarna fick köpa öl i 63% av de 188 inköpsförsök som gjordes i livsmedelsaffärerna.

### Slutsats

Resultatet visar att det är lätt för ungdomar att själva köpa folköl i livsmedelsaffärer i Stockholm. Strategier för att minska tillgängligheten är bland annat utbildning för handlare i de lagar och regler som gäller, samt betydelsen av att ungdomar har en alkohol- och drogfri uppväxt. Utbildningsinsatserna behöver dock stöd i parallellt arbete med bättre tillsyn och utvecklandet av en fungerande alkoholpolicy för livsmedelsaffären. Arbetet behöver även understödjas av opinionsbildande insatser i lokalsamhället och engagemang från de boende. För att följa upp STAD:s interventionsåtgärder kommer effektmätningar att genomföras återkommande.

## **1. INTRODUKTION**

### 1.1 STAD-projektet

STAD-projektet (STockholm förebygger Alkohol- och Droget) är ett 10-årigt aktionsinriktat projekt med syfte att utveckla och utvärdera metodik inom det missbruksförebyggande området. Projektets målsättning är att med stöd i forskningen identifiera metoder för att minska ohälsa och sociala problem relaterade till alkohol och droger. Projektet utgår från ett utvärderingsperspektiv, där syftet är att med såväl kvantitativ som kvalitativ metodik dokumentera processer och effekter av de metoder som utvecklats i projektet.

Ett av STAD:s tre delprojekt syftar till att förebygga alkohol- och droget bland skolungdomar. Målsättningen är att förhindra skador

genom att minska ungdomars drickande. Utveckling av en lokalt förankrad alkoholpolicy, baserad på tillgänglighetsbegränsning, information och opinionsbildning, är den strategi som tillämpas för att begränsa alkohol- och drogrelaterade problem. För att kunna utvärdera arbetet är det viktigt att följa underårigas tillgänglighet av alkohol i butiker och på restauranger.

## 1.2 Svensk alkoholpolitik

Sverige har sedan länge haft en restriktiv alkoholpolitik med en lagstiftning som begränsat tillgängligheten på alkohol. Den genomsnittliga svenska alkoholkonsumtionen och alkoholrelaterade sjukdomar ligger i jämförelse med övriga europeiska länder på en låg nivå. Trots detta är missbruk av alkohol ett av våra största sociala problem och skadorna är av sådan betydelse att samhället måste sträva efter att förebygga dem.

Genom Sveriges inträde i EU 1995 har monopolet på produktion och import upphört, vilket ökar det kommersiella utbudet framför allt för restaurangerna. Den tillåtna mängden alkohol, som får införas tullfritt vid utlandsresor, har höjts och utgör nu en mycket större del av totala alkoholkonsumtionen än tidigare (5). Dessa förändringar i mer tillåtande riktning kan få negativa konsekvenser för ungdomar, som i hög grad påverkas av tillgängligheten till alkohol i samhället.

En longitudinell studie från Nya Zeeland bekräftar fyndet att konsumtionen stiger med ökad tillgänglighet. Där följdes cirka 700 ungdomar och storleken på deras alkoholkonsumtion registrerades vid 15, 18 och 21-års ålder. De fick även besvara frågor om alkoholrelaterade problem, inställningen till att dricka alkohol, föräldrars och äldre kamraters inställning och hur de införskaffade alkohol.

Man fann att tillgängligheten till alkohol vid 15- och 18-års ålder var en signifikant prediktor för hur stora mängder alkohol de drack vid ett och

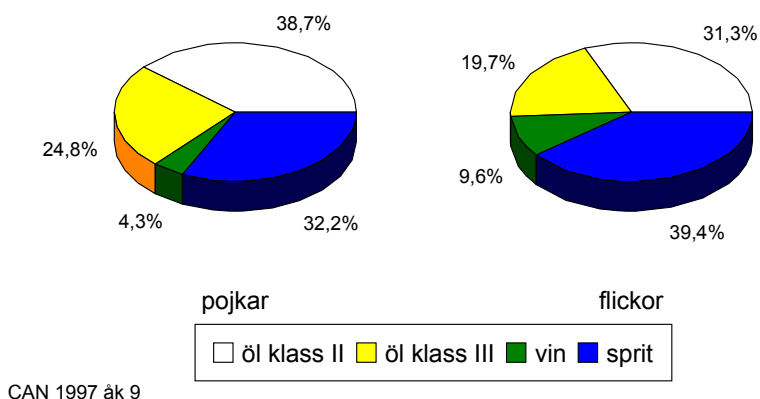
samma konsumtionstillfälle, både vid de studerade tidpunkterna och under de följande åren. Alkoholmängden var i sin tur prediktor för ungdomarnas upplevelse av berusningsrelaterade negativa konsekvenser (3).

### 1.3 Ungdomars alkoholvanor i Sverige

Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN) undersöker årligen skolelevers drogvanor och visar bl a att det finns en ökningstendens i den genomsnittliga årskonsumtionen hos 15-åringar under 1990-talet. Mellan 1989 och 1997 beräknades 15-åriga pojkars årskonsumtion öka från 2,7 till 3,2 liter ren alkohol (100%). Flickornas konsumtion under samma period steg från 1,5 till 2,0 liter. Under 1990-talet har andelen 15-åringar som uppger att de känner sig berusade varje/nästan varje gång de dricker ökat och uppgick 1997 till 29% bland pojkarna och 24% bland flickorna. Andelen som uppger s k storkonsumtion minst en gång i månaden har ökat bland flickorna till pojkarnas nivå på 40%. Med storkonsumtion avses alkohol motsvarande minst en halvflaska sprit eller en helflaska vin eller 4 burkar starköl eller 6 burkar öl klass II vid samma tillfälle.

En jämförelse mellan 1989 och 1997 av olika drycker visar att öl klass II var den dryck som ökade mest, såväl i absoluta som relativa tal. 1997 utgjorde folkölets andel 39% av pojkarnas totala alkoholkonsumtion och 31% av flickornas (1).

### Årskonsumtion av ren alkohol (100%) fördelat på alkoholsorter och kön



#### 1.4 Ungdomars tillgänglighet till alkohol

I en undersökning av alkohol- och drogvanor bland högstadiel elever i Stockholms län 1996, rapporteras från årskurs 9 att 34% av pojkarna och 20% av flickorna (som är alkoholkonsumenter), själva brukar köpa alkohol (förmodligen folköl) i affärer, vilket är en signifikant ökning från 1993. Där konstaterar man också att elever som köper alkohol i affär dricker i genomsnitt dubbelt så mycket som övriga elever (2).

Trots den lagstadgade åldersgränsen på 18 år för inköp av öl klass II i livsmedelsaffärer, visar olika undersökningar att det är lätt för underåriga ungdomar att få tag i öl från vänner, föräldrar eller genom egna inköp i affärer. I en enkätundersökning som STAD-projektet gjorde bland elever i årskurs 9 i Vasastan våren 1997 svarar 68% av folkölskonsumenterna att det inte är särskilt svårt att skaffa folköl. 33% uppger att de står för inköpen själva (6).

Vid flera tillfällen har man i USA undersökt hur svårt det är för ungdomar att köpa alkohol i affärer utan legitimationskontroll. I en undersökning i Minnesota studerades ungdomars möjlighet att köpa starköl i



matvaruaffärer. Man anlidade 21-åriga flickor, som alltså uppnått legal ålder, men som bedömts av en panel att ha ett yngre utseende. De besökte parvis 395 affärer vid två tillfällen och hade i uppdrag att köpa ett 6-pack öl utan att visa legitimation. Av totalt 790 inköpsförsök fick ungdomarna köpa öl i 52% av försöken (4).

## **2 SYFTE**

Syftet med studien var att undersöka i vilken utsträckning ungdomar kunde köpa öl klass II i livsmedelsaffärer utan att visa legitimation.

Studien är avsedd som en baslinjeundersökning för att kartlägga utgångsläget innan intervention i form av utbildning och ökad tillsyn av ålderskontroll genomförs. Inköpsstudien kommer att upprepas fortlöpande under den kommande femårsperioden för att följa upp resultatet av interventionsåtgärderna.

## **3 METOD**

### 3.1 Urval av affärer

Utgångspunkten var att genomföra en totalstudie av samtliga livsmedelsbutiker i två områden, Vasastan (interventionsområde) respektive Katarina och Sofia församlingar på Södermalm (kontrollområde). Affärerna som ingick i studien identifieras från Miljöförvaltningens förteckning över alla lokaler med livsmedelshantering i Stockholm. För att höra till studiepopulationen måste affären uppfylla de kriterier som finns för att lagligt få sälja folköl. Därför gjordes en inventering av samtliga affärer i de två områdena för att utesluta kiosker, tobaksaffärer samt affärer som ej sålde folköl. Dessutom registrerades affärernas öppettider. Totalt ingick 53 affärer i Vasastan och 45 affärer på Södermalm.

### 3.2 Försökspersoner

Som försökspersoner i studien sökte vi ungdomar som fyllt 18 år men som hade ett yngre utseende. Dessa rekryterades genom att vi kontaktade studierektorn på en gymnasieskola och fick tillstånd för ett personligt värvningsbesök. Dessutom satte vi upp anslag och använde intern-TV på tre andra gymnasieskolor i Stockholm. 27 ungdomar anmälde sitt intresse och deras ålder och lämplighet bedömdes av en expertpanel. Panelen bestod av sex personer med olika yrken som polis, lärare, sjuksköterska och fritidsledare, vilka hade erfarenhet av ungdomar i denna ålderskategori. Tolv ungdomar valdes ut, tre pojkar och nio flickor. Deras genomsnittliga ålder bedömdes som 16,9 år. Fyra reserver togs också ut. Ersättning utgick till ungdomarna enligt Karolinska Institutets normer.

### 3.3 Utbildning och pilotstudie

De ungdomar som rekryterades till studien fick utbildning om STAD-projektets alkoholförebyggande arbete och en kortfattad redogörelse från alkoholinspektionen om gällande lagstiftning på folkölsområdet, samt det förslag till ny alkohollag som är under utarbetande. Vidare gavs en utförlig information om studiens genomförande och syfte. Därefter fick ungdomarna testa att fylla i försöksprotokollet i samband med några inköpsförsök i utvalda affärer på Kungsholmen. Ungdomarna fick även skriva på ett kontrakt, där de förband sig att inte yppa något om studien och att följa givna instruktioner.

### 3.4 Studiens genomförande och bortfall

Studien genomfördes i slutet av januari 1998 under en fredagskväll mellan klockan 16.00 och 19.00 och samma affärer besöktes på lördagen veckan därpå mellan klockan 11.00 och 14.00. Flickorna instruerades att inte

sminka sig och att ha en ungdomlig frisyr. Ungdomarna gick ut parvis och varje par hade blivit tilldelade 15-18 affärer. Uppgiften var att gå in en och en i affärerna och köpa en 6-pack öl klass II, i första hand 3,5% eller 2,8% om det starkare alternativet inte fanns. Ungdomarna hade instruerats att försöka övertala försäljaren en gång om de blev tillfrågade om legitimation. Vid det andra försökstillfället en vecka senare gick varje par till samma affärer som veckan innan. Dock bytte man affärer inom paret. Utanför affären efter avslutat inköpsförsök fyllde ungdomarna i ett protokoll där de noterade: resultatet från inköpsförsöket, antal kassor, eventuella skyltar om 18-årsgräns för folkölsinköp, hur många som stod i kö, expeditens ålder och kön samt om de fick någon fråga om ålder eller blev ombedda att visa legitimation.

Första försökstillfället gav ett bortfall på en affär i Vasastan beroende på att den missades av försökspersonen. På Södermalm missades också en affär och en var stängd. Totalt besöktes 52 affärer i Vasastan och 43 affärer på Södermalm vid första studietillfället.

Det andra försökstillfället gav två bortfall i Vasastan p.g.a. att två affärer var stängda. På Södermalm föll tre affärer bort: en affär var stängd och två missades. Vid andra försökstillfället besöktes totalt 51 affärer i Vasastan och 42 affärer på Södermalm.

### 3.5 Statistiska analyser

Den beroende variabeln i studien, dvs att få köpa öl klass II utan att visa legitimation, analyserades i relation till variablerna: antal kassor i affären, skylt om 18-årsgräns för folkölsinköp, antal köande, expeditens kön och ålder samt om ungdomarna blev tillfrågade om ålder eller legitimation. Materialet har analyserats och signifikansberäknats med hjälp av statistikpaketet EPI-INFO:s STAT CALC.

## 4 RESULTAT

### 4.1 Utfall av inköpsförsöken

I Vasastan gjordes totalt 103 inköpsförsök och vid 68 av dessa fick ungdomarna köpa öl. På Söder såldes öl vid 51 av 85 inköpsförsök.

**Tabell 1.** Utfallet av inköpsförsöken i de båda stadsdelarna

	Vasastan		Söder		Totalt	
	n	%	n	%	n	%
<b>Sålde</b>	68	66,0	51	60,0	119	63,3
<b>Sålde ej</b>	35	34,0	34	40,0	69	36,7
<b>Summa</b>	103	100	85	100	188	100

Det var ingen signifikant skillnad mellan de båda studietillfällena eller vid jämförelse mellan stadsdelarna, varför resultaten slagits samman i den fortsatta redovisningen.

### 4.2 Butikernas storlek och affärskedjor

Antalet kassor användes som ett mått på affärernas storlek. Det gjordes 112 inköpsförsök i affärer med endast en kassa och i 65,2% av försöken fick ungdomarna köpa öl. I affärer med två eller flera kassor fick ungdomarna köpa i 60,5% av 76 försök. Skillnaden var 4,7% och inte signifikant. Affärerna delades även in i olika butikskedjor; 7-eleven, ICA, Vivo, Konsum, Metro, stor livsmedelsbutik (> sju kassor), Sparlivs samt småbutiker (en kassa), jourbutiker och bensinmackar. Vid jämförelse mellan dessa visade det sig att det var signifikant lättare för ungdomarna att köpa folköl i jourbutiker jämfört med småbutiker. I jourbutikerna fick ungdomarna köpa i 44 av 59 försök (74,6%) och i småbutikerna i 11 av 24 försök (45,8%).

Däremot var det ingen signifikant skillnad mellan de andra butikskedjorna och andelen inköpsförsök som lyckades.

**Tabell 2.** Andel köpförsök som lyckades i jourbutiker resp. småbutiker.

	<b>Jourbutik (n= 59)</b>	<b>Småbutik (n=24)</b>	<b>Skillnad</b>	<b>95% CI</b>
<b>Sålde folköl</b>	74,6%	45,8%	28,7%	5,9 - 51,6

#### 4.3 Expeditens kön och ålder

Fördelningen av inköpsförsök mellan manliga och kvinnliga försäljare var relativt jämn, 48,4% var män och 51,6% var kvinnor. Detta gäller även försäljarnas uppskattade ålder, som av ungdomarna bedömdes ligga under 30 år i 54,8% och över 30 år i 45,2% av försöken.

Utfallet av inköpsförsöken fördelade efter kön visade att 64 av 91 (70,3%) av de manliga expediterna, och 55 av 97 (56,7%) av kvinnorna sålde folköl till ungdomarna.

**Tabell 3a.** Utfallet av inköpsförsöken fördelade efter kön på expediterna.

	<b>Män (n= 91)</b>	<b>Kvinnor (n= 97)</b>	<b>Skillnad</b>	<b>95% CI</b>
<b>Sålde folköl</b>	70,3%	56,7%	13,6%	0 - 27,2

Vid jämförelse av hur många som sålde öl i respektive åldersgrupp, uppdelat på kvinnor och män, framgår det att män som bedömts vara yngre än 30 år sålde 18% oftare än kvinnorna i samma ålderskategori. Skillnaden var inte signifikant och var ännu mindre i gruppen "äldre än 30 år", där männen sålde 9,7% oftare än kvinnorna

**Tabell 3b.** Utfallet av inköpsförsöken fördelade efter kön och ålder på expediterna.

<b>Sålde folköl</b>	<b>Män (%)</b>	<b>Kvinnor (%)</b>	<b>Skillnad (%)</b>	<b>95% CI</b>
<b>Yngre än 30 år (Män n=39, Kvinnor n=64)</b>	74,4	56,3	18,1	-0,2 - 36,4
<b>Äldre än 30 år (Män n=52, Kvinnor n=33)</b>	67,3	57,6	9,7	-11,4 - 30,9

#### 4.4 Förekomst av skylt angående 18-årsgräns

Förekomsten av skyltar eller dekaler om 18-årsgräns för inköp av folköl visade sig ha signifikant samband med utfallet av inköpsförsöken. I de affärer som saknade sådana skyltar fick ungdomarna köpa i 89 av 129 försök (69%). Affärer som inte hade skyltar sålde öl i 30 av 59 försök (50,8%) vilket innebar en skillnad på 18,2%. De stora butikskedjorna ICA, Vivo, Konsum, Metro, Sparlivs och Prisextra hade, som grupp betraktat, högst förekomst av skyltar. Ungefär 70% av dessa hade skyltar.

**Tabell 4.** Förekomst av skylt om 18-årsgräns för inköp av folköl och utfallet av köpförsöken.

	<b>Ej skylt (n=129)</b>	<b>Skylt (n=59)</b>	<b>Skillnad (%)</b>	<b>95% CI</b>
<b>Sålde folköl</b>	69%	50,8%	18,1	3,1- 33,2

#### 4.5 Fråga om ålder/legitimation och uppskattad ålder hos ungdomarna.

Som väntat var det signifikant lättare att få köpa om man inte blev tillfrågad om legitimation. Ungdomarna tillfrågades inte om ålder eller legitimation vid 106 av köpförsöken. Vid samtliga av dessa köpförsök fick ungdomarna köpa folköl. Vid resterande köpförsök (n=82) tillfrågades ungdomarna om ålder eller legitimation. Trots att ingen av försökspersonerna då visade legitimation fick ungdomarna köpa öl i 13 av dessa försök.

**Tabell 5.** Utfallet av köpförsöken i relation till fråga om ålder/legitimation

	<b>Frågade (n=82)</b>	<b>Frågade ej (n=106)</b>	<b>Skillnad (%)</b>	<b>95% CI</b>
<b>Sålde folköl</b>	15,9%	100%	84,1	76,2- 92,1

Det fanns ett signifikant samband med bedömd ålder hos försökspersonen och antal gånger som denne/denna fick köpa folköl. Den person som skattades som äldst fick köpa i 88,2% av de köpförsöken som den genomförde. Den ”yngsta” försökspersonen fick köpa i 46,7% av sina försök.

#### 4.6 Antal personer som stod i kö till kassan

Antalet personer som stod i kö vid kassan påverkade inte inköpsmöjligheterna i någon väsentlig utsträckning. Av de 79 inköpsförsök som genomfördes när det inte stod någon i kö vid kassan lyckades 54, dvs 68,4%. 109 inköpsförsök genomfördes när det var kö till kassan. Av dessa lyckades 65, vilket motsvarar 59,6%.

## 5. DISKUSSION

Undersökningens resultat visar att det är lätt för ungdomar, som ser yngre ut än 18 år, att köpa folköl i livsmedelsbutiker utan att bli tillfrågade om legitimation. I nära 2/3 av inköpsförsöken sålde affärerna öl utan att kräva legitimation. Detta resultat ligger i linje med vad man fann i STAD-projektets studie av restauranger i City och på Söder i Stockholm 1996. Där blev 18-åringar med yngre utseende serverade starköl i 45% av beställningsförsöken utan legitimationskontroll (7).

Eftersom endast tre av ungdomarna i försöket var pojkar, kan vi inte uttala oss om skillnader i flickor och pojkars möjligheter att köpa folköl. Snedfördelningen berodde på rekryteringssvårigheter. Majoriteten av eleverna i de skolor vi anlidade var flickor och andelen pojkar som anmälde sitt intresse var färre. Panelen som tog ut ungdomarna bedömde även pojkarna som att se äldre ut än vad flickorna gjorde.

Detta är den första svenska vetenskapliga studien av ungdomars möjlighet att köpa folköl utan legitimation. Inom livsmedelsbranschen har man gjort egna studier på nationell basis. Där fick ungdomar mellan 15 och 17 år göra cirka 1200 inköpsförsök i 900 affärer fördelade över hela landet. Vid den första mätningen våren 1996 fick ungdomarna köpa öl i 56% av försöken och vid andra tillfället på hösten 1996 lyckades 40% av inköpsförsöken (8). Det framgår inte av rapporten vad som orsakade den stora skillnaden mellan mättillfällena.

När DN Konsument gjorde en mindre undersökning av nio slumpmässigt utvalda butiker i Stockholm den 18 januari 1998, fick tre ungdomar i 16-årsåldern köpa folköl och cigaretter i drygt hälften av affärerna. Ungdomarnas intryck var att få butiker har en bestämd hållning mot de unga kunderna och att inköpsmöjligheten är slumpmässig. Trots att



inköpstestet publicerades i DN knappt en vecka före STAD-projektets studie genomfördes, blev andelen lyckade försök i vår undersökning så hög som 63%.

Av de faktorer som kunde tänkas påverka utfallet i vår studie var förekomsten av skyltar/dekaler om 18-årsgräns av betydelse. Det kan tyda på att försäljarna i affärer som har sådana i högre grad är medvetna om sin skyldighet att förvissa sig om att köparen uppnått legal ålder. En möjlig förklaring är att man har diskuterat problemet och kommit fram till ett bestämt agerande när åldersfrågan uppkommer. Yngre personal kan tänkas uppleva skyltarna som stöd för och en direkt påminnelse om att fråga efter legitimation.

I 16% av fallen där försäljaren frågade om legitimation, fick de tillfrågade köpa öl trots att de inte hade sådan. Försäljaren har då troligen bedömt köparens ålder till över 18 år och inte känt till, eller inte brytt sig om, lagens innebörd att säljaren har skyldighet att förvissa sig om ungdomars ålder.

Jouröppna småbutiker sålde öl i cirka 30% större andel av försöken än övriga småbutiker. Detta kan dock inte hänföras till att det är lättare att köpa öl senare på kvällen, eftersom alla inköpsförsök gjordes före klockan 20.00. Däremot kan en förklaring vara att småbutiker, t.ex. delikatessbutiker, köttbutiker etc. inte har ungdomar som målgrupp. Att komma in och enbart köpa ett sexpack folköl kan väcka uppmärksamhet på ett helt annat sätt än vad det gör i en jourbutik.

I studien var affärer av skilda storlekar och kategorier ojämnt representerade, vilket kan påverka utfallet så att eventuella skillnader relaterade till storleken inte framkommer. Detta kan förklara varför endast

få signifikanta skillnader förelåg i vår studie. Vi hade möjligtvis hittat fler signifikanta skillnader om antalet undersökta affärer hade varit fler.

Försäljarnas ålder och kön visade inte heller någon signifikant samvariation med benägenheten att sälja öl utan legitimationskontroll.

I samband med detta bör dock nämnas att ungdomarnas tillförlitlighet vad gäller att bedöma expeditens ålder kan vara en felkälla.

Den 1:a januari 1995 trädde nuvarande alkohollag i kraft. Därigenom avskaffades tillståndskravet för matvaruhandlare som bedriver detaljhandel med öl. Nu krävs det att butiken är godkänd som livsmedelslokal och har ett brett sortiment av egentliga matvaror, vilka ska utgöra minst hälften av omsättningen. Ölet ska vara ett komplement till matvarorna och inte tvärtom. Varje detaljhandlare är skyldig att informera sig om de restriktioner som gäller för verksamheten. Socialtjänstens tillståndsenhet har fått i uppdrag att se över alkohollagen och skärpa formuleringen på de punkter som gäller ölförsäljningen för att få ett effektivare instrument mot överträdelser.

För att uppnå avsedd effekt med lagändringen krävs förbättrad tillsyn av hur reglerna enligt ovan och de gamla reglerna efterlevs. I Stockholms stad samarbetar kommunen och polisen i ett särskilt folkölsprojekt genom att fortlöpande inspektera butiker, informera om gällande regler och föra brottsligt handlande till åtal. En förstärkning av detta arbete och ett ökat engagemang från föräldrar, som kan spåra varifrån ungdomarna köper öl och anmäla detta till polisen, är olika sätt att visa vilka normer som gäller i samhället.

STAD-projektet har inlett diskussioner angående ett samarbete med livsmedelsbranschen för att utbilda butikspersonal i hantering av ålderskontroll enligt lagen, och hur man bemöter köparen på rätt sätt.

Antalet detaljhandelsställen som uppfyllde lagens krav för försäljning av öl uppskattades till 12 500 i hela landet, enligt en enkätundersökning bland kommunerna som Alkoholinspektionen gjorde 1996. Stora insatser krävs uppenbarligen. Branschens egna aktörer spelar här en betydelsefull roll med sin genomslagskraft och insyn i lokala förhållanden. Skyltar/dekaler om 18-årsgräns i alla affärer, kompletterat med andra hjälpmedel som almanackor med samma budskap, är viktiga komponenter som branschen kan bidra med.

STAD-projektet samarbetar med flera skolor kring utbildning av både barn och föräldrar i alkoholfrågor och försöker hjälpa skolorna att skapa sin egen alkoholpolicy. Dessutom arbetar man med lokalpolitiker, myndigheter och media för att unga tonåringars alltmer avancerade alkoholvanor ska uppmärksammas och tillgängligheten till alkohol minskas.

Sammanfattningsvis kan förbättrad tillsyn av att den nya alkohollagen följs tillsammans med ökade undervisningsinsatser vara metoder som kan övervägas i arbetet mot olaglig försäljning av folköl till ungdomar under arton år. Denna undersökning ska följas upp med återkommande inköpsstudier under en femårsperiod. Arbetet utvärderas fortlöpande för att styra preventionsåtgärderna i rätt riktning.

## **6 REFERENSER**

1. Andersson B, Grönberg K, Hibell B. Skolelevs drogvanor 1997. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Stockholm 1998.

2. Boman U, Romelsjö A. Alkohol- och drogvvanor bland högstadieelever i Stockholms län. Centrum för Alkohol- och Drogprevention, Huddinge november 1997.
3. Caswell S, Zhang J-F. Access to alcohol from licensed premises during adolescence: a longitudinal study. *Addiction* 92, 1997: 737-745.
4. Forster J L, Murray D M, Wolfson M, Wagenaar A C. Commercial availability of Alcohol to Young People: Results of Alcohol Purchase Attempts. *Preventive Medicine* 24, 1995: 342-347
5. Kühlnhorn E, Ramstedt M, Hibell B, Larsson S, Zetterberg H L. Svenskarnas konsumtion av alkohol från legala och illegala källor vid mitten av 1990-talet. Preliminär rapport. Stockholm 1997.
6. Larsson J. Drogvaneundersökning i högstadieskolor i Vasastan. STAD-projektet, Stockholm 1997.
7. Rehnman C, Lindewald B, Andréasson S. En stor stark, tack! En studie av legitimationskontroll på restauranger i Stockholm under våren och hösten 1996. STAD-projektet, Stockholm 1996.
8. Wissing Å & Co. Rapport provköp av folköl - etapp 2. Stockholm 1996. Åke Wissing & Co, Holländargatan 20, 111 60 Stockholm.

## Bilaga

### Rapportblankett för deltagande i ungdomar i folkölsstudien 1998

Löpnummer: \_\_\_\_\_

Mitt namn: \_\_\_\_\_

Affärens namn: \_\_\_\_\_

Jag var där klockan: \_\_\_\_\_ Datum: \_\_\_\_\_

#### A. Att observera i affären

1. Hur många kassor finns i affären (inklusive obemannade)? \_\_\_\_\_st

2. Finns det någon skylt om 18-årsgräns för folkölsinköp?

nej     ja, vid ölen     ja, vid kassan     ja, vid dörren

3. Ungefär hur många stod i din kö? \_\_\_\_\_personer

4. Var expediten man eller kvinna?     man     kvinna

5. Hur gammal var expediten?

<20 år     20-30 år     31-50 år     >50 år

#### B. Resultat

1. Fick du någon fråga om din ålder?     ja     nej

2. Blev du ombedd att visa legitimation?     ja     nej

3. Fick du köpa folköl?     ja     nej

4. Om ja, vilken styrka?     2.8%     3.5%

5. Om 2.8%, varför?     fanns ej 3.5%     blev nekad 3.5%

6. Hur mycket kostade ölförpackningen (6-pack)? \_\_\_\_\_kr

7. Fick du kvitto?     ja     nej

## FÖRTECKNING ÖVER TIDIGARE UTGIVNA RAPPORTER AV STAD-PROJEKTET

### Rapport 1

Rehnman Charlotta, Lindewald Birgitta, Andréasson Sven. En stor stark tack! En studie av legitimationskontroll på restauranger under våren och hösten 1996. STAD-projektet 1996.

### Rapport 2

Rehnman Charlotta, Lindewald Birgitta, Andréasson Sven. Servering av alkohol till berusade på Stockholms restauranger. En studie av överservering på restauranger i Stockholm december 1996 - februari 1997. STAD-projektet 1997.

### Rapport 3

Wallin Eva, Rehnman Charlotta, Larsson Jörgen. Vad tycker ungdomar om Vägska? En fokusgruppsintervjustudie med högstadielärover om ett alkohol- och drogmaterial för skolan. STAD-projektet 1997.

### Rapport 4

Lönnqvist Unda, Rehnman Charlotta, Larsson Jörgen, Wallin Eva, Andréasson Sven. Några folköl är väl inte så farligt.... En studie av legitimationskontroll vid inköpsförsök i livsmedelsaffärer i Stockholm under januari 1998. STAD-projektet 1998.

### Rapport 5

Wallin Eva, Rehnman Charlotta. Vykort till tonårsföräldrar. Metod för alkoholförebyggande arbete? STAD-projektet 1998.

### Rapport 6

Wallin Eva, Rehnman Charlotta. Konflikter i tonårsfamiljer. En målgruppsanalys med tonårsföräldrar och tonåringar. STAD-projektet 1998.

### Rapport 7

Rehnman Charlotta, Wallin Eva, Andréasson Sven. En stor stark II. En studie av legitimationskontroll på restauranger i Stockholm höst/vinter 1998-99. STAD-projektet 1999.

### Rapport 8

Wallin Eva, Hjalmarsson Kerstin, Brenemark Thomas, Danielsson Johan. Attityder och uppfattningar om narkotikasituationen på restauranger i Stockholms city. En intervjustudie med dörrvakter, restaurangpersonal och polis. STAD-projektet 1999.

### Rapport 9

Wallin Eva, Hjalmarsson Kerstin, Lindewald Birgitta. Serveringsrutiner och policyfrågor. En fokusgruppsintervjustudie med restaurang personal. STAD-projektet 1999.

### Rapport 10

Hägglund Elisabet. Idéer om lokala förebyggande insatser mot ungdomsmissbruk i Kista. En intervjuundersökning bland personer verksamma i området. STAD-projektet 2000.

### Rapport 11

Rehnman Charlotta, Larsson Jörgen. Folkölskampanjen i Vasastan. En intervention riktad till livsmedelshandlare och föräldrar med syfte att begränsa tillgängligheten till folköl för ungdomar. STAD-projektet 2000.

#### Rapport 12

Rehnman Charlotta, Jörgen Larsson. Unga vuxna – dricker mest, langar mest. En fokusgruppsintervjustudie med unga vuxna i åldern 18-25 år. STAD-projektet 2000.

#### Rapport 13

Wallin Eva. Fem års samverkan – möjligheter och hinder. En intervjustudie med nyckelpersoner från myndigheter och restaurangbransch i Stockholm. STAD-projektet 2001.

#### Rapport 14

Gripenberg Johanna, Wallin Eva. För full för en öl. En uppföljande studie av servering till berusade gäster på Stockholms restauranger. STAD-projektet 2001.