

# Egenvårdsmarknaden 2019



Försäljningsstatistik över kosttillskott, vitaminer, sportnutrition,  
viktkontroll och växtbaserade läkemedel i Sverige.

# 1. FÖRSÄLJNINGSTATISTIK FÖR DEN SVENSKA EGENVÅRDSMARKNADEN

Svensk Egenvård och Euromonitor International redovisar försäljningsstatistiken för den svenska egenvårdsmarknaden. Detta är den enda tillgängliga försäljningsstatistik som omfattar alla försäljningskanaler. Rapporten framställs med flera olika metoder. Faktiska siffror där det finns tillgängligt, uppskattningar i andra fall. Dessa uppskattningar skickas sedan till utvalda företag för bekräftanden. Läs mer om Euromonitors metod:

<https://www.euromonitor.com/research-methodology-market-analysis>

Statistiken omfattar all försäljning av kosttillskott, vitaminer, viktminskningsprodukter, växtbaserade läkemedel och sportnutrition på den svenska marknaden under 2019. Försäljningen omfattar samtliga försäljningskanaler såsom apotek, dagligvaruhandel, hälsofackhandel, träningsanläggningar, postorder och internetförsäljning.

Kategoriseringarna inom egenvårdsmarknaden är inte internationellt standardiserade vilket medför att siffrorna i denna statistik inte kan jämföras med annan statistik. Försäljningssiffrorna presenteras i löpande priser inklusive moms för åren 2015–2019 uttryckt i miljoner svenska kronor. Inflationen under 2019 har varit 2,2 %. Då Euromonitors statistik är internationell och omräknas till Euro är det relevant att nämna att växelkursen under helåret 2019 var 100 SEK = 10,50 EUR.

## Vad hände 2019?

Tre av de fyra kategorier som här ingår i Egenvårdsmarknaden växer med cirka 4 procent under 2019. Kategorin viktkontroll har minskat i flera år men den trenden verkar nu avta. Kategorin Sportnutrition växer något svagare än den gjort de senaste åren. Detta är inte unikt i Sverige då samma inbromsning skett i Norge och Danmark. I Finland är tillväxten endast cirka 2 %.

I genomsnitt köpte den svenske konsumenten sportnutrition för nästan 180 SEK (17 euro) och kosttillskott för nästan 285 SEK (27 euro) det senaste året.

Tillväxt 2019 per kategori:

Kategori	2018	2019
Kosttillskott/ Vitaminer	3,7%	3,9%
Viktkontroll	-1,5%	-0,5%
Sportnutrition	7,7%	4,3%
Växtbaserade läkemedel	4,9%	4,2%

## 2019 i siffror

Försäljningsvärdet av den svenska egenvårdsmarknaden (2017–2019):

Produkt	2017	2018	2019
Kosttillskott/ Vitaminer	2 720,2	2 820,4	2 930,0
Vitaminer och kosttillskott för barn	62,6	65,7	69,1
Växtbaserade kosttillskott	557,8	574,3	591,2
Kosttillskott	1 220,7	1 259,5	1 308,9
Flytande kosttillskott	220,8	227,6	236,7
Vitaminer	658,2	693,3	724,0
Viktkontroll	449,6	443,1	441,1
Flytande näringstillskott*	11,5	12,1	12,7
Sportnutrition	1 638,7	1 764,9	1 840,2
Växtbaserade läkemedel	299,5	314,3	327,5
<b>Totalt</b>	<b>5 108,0</b>	<b>5 342,6</b>	<b>5 538,7</b>

(summorna i tabellen anges i miljoner svenska kronor)

\* Näringsrika drycker som används som kosttillskott.

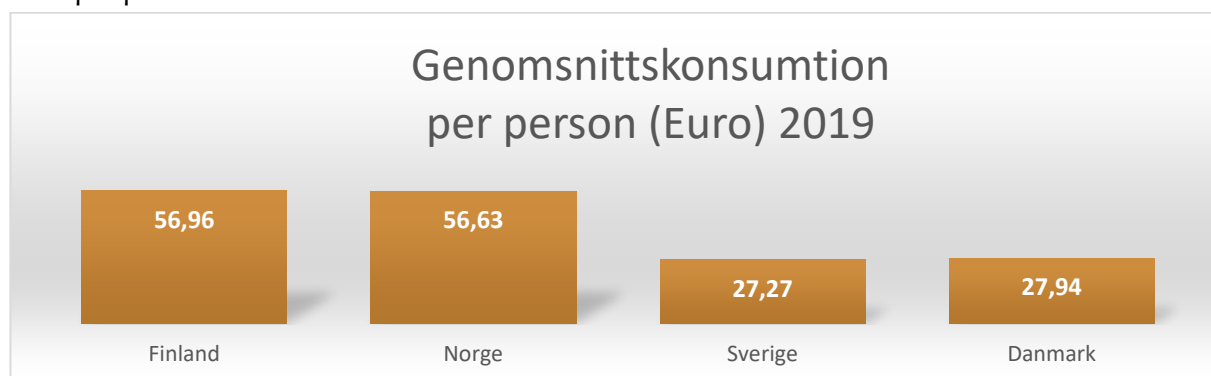
Kategori i procent av hela marknaden:

Kategori	2017	2018	2019
Kosttillskott/ Vitaminer	53,1%	52,7%	52,8%
Viktkontroll	12,9%	12,9%	13,0%
Sportnutrition	32,0%	33,0%	33,1%
Växtbaserade läkemedel	5,9%	5,9%	5,9%

## 2. DEN NORDISKA MARKNADEN FÖR KOSTTILLSKOTT

De svenska och danska genomsnittskonsumenterna spenderar avsevärt mindre pengar på kosttillskott och vitaminer än konsumenterna i Norge och Finland. Det ska tilläggas att någon motsvarande försäljningsstatistik inte sammanställs i övriga nordiska länder vilket kan medföra avvikelser. Skillnaderna är ändå tydliga.

Det var en svag ökning i samtliga nordiska länder 2019 förutom i Norge där konsumtionen minskade något. Starkast var ökningen i Danmark där konsumtionen steg med i genomsnitt 1 Euro per person.



### 3. FÖRSÄLJNINGSKANALERNA



Här redovisas i vilka försäljningskanaler kosttillskott och vitaminer såldes i Sverige 2019. Övriga produktkategorier ingår inte i denna sammanställning. Försäljningskanalerna har redovisats sedan 2015. Under dessa fem år har Internetförsäljningen ökat från fjärde plats till att nästan vara den största försäljningskanalen.

<b>Försäljningskanaler (andel i procent)</b>	<b>2015</b>	<b>2019</b>
Dagligvaruhandel	25,1	22,7
Apotek	23,7	19,4
Hälsosackhandel	22,0	18,8
Internetförsäljning*	15,6	22,4
Direktförsäljning**	6,9	11,1
Hemförsäljning***	3,8	2,5
Övriga	2,8	3,1

\* När försäljningen sker via Internet räknas det som Internetförsäljning oavsett om det är ett apotek, en hälsokostbutik eller livsmedelsaffär som säljer produkten.

\*\* Direktförsäljning sker på arbetsplatser, i bostaden och på särskilda event.

\*\*\* Hemförsäljning är postorder, tv-shopping och telefonförsäljning.

## 4. KOSTTILLSKOTT OCH VITAMINER

Försäljningsvärdet av kosttillskott och vitaminer i Sverige (2015–2019):

Kategori	2015	2016	2017	2018	2019
*Växtbaserade kosttillskott	530,8	546,5	557,8	574,3	591,2
**Kosttillskott	1 139,10	1 171,10	1 220,70	1 259,50	1 308,90
***Flytande kosttillskott	209	215,7	220,8	227,6	236,7
Vitaminer	618	638,9	658,2	693,3	724
Vitaminer och kosttillskott för barn	58	60	62,6	65,7	69,1
Kosttillskott och vitaminer, Total	2 555,00	2 632,20	2 720,20	2 820,40	2 930,00
Utveckling för kosttillskott och vitaminer (%)		3,00%	3,30%	3,70%	3,90%

(Summorna i tabellen anges i miljoner svenska kronor)

\* Växtbaserade kosttillskott såsom vitlök, nypon, ginseng, kombinationsprodukter med flera växter i fast form.

\*\* Traditionella kosttillskott såsom omega-3, mjölksyrabakterier, mineraler, kombinationsprodukter som multivitamin + omega/ginseng (ej vanliga multivitaminer bestående av enbart vitaminer och mineraler).

\*\*\*Kategorin innefattar flytande former av kombinationskosttillskott. Flytande växtbaserade kosttillskott ingår. I kategorin ingår inte juicekoncentrat av s.k. superfrukter, vitaminvatten eller viktminskningsdrycker.

### 5 största varumärkena inom kategorin kosttillskott 2019:

Företag	Varumärke	Andel %
Vitaelab	VitaePro	7,0
Orkla Care	Gerimax	3,8
Pfizer	Fritt Flyt	3,5
Midsona	Probi	3,5
Midsona	Friggs	3,3

Denna kategori är består av omega-3, mjölksyrabakterier, mineraler, kombinationsprodukter som multivitamin + omega/ginseng etc. Produkterna är avsedda att komplettera kosten med extra ämnen med näringsmässig eller fysiologisk verkan.

### 5 största varumärkena inom kategorin vitaminer 2019:

Företag	Varumärke	Andel %
Midsona	Friggs	29,0
Mylan	Mittval	10,6
Apoteket AB	Apoteket AB	8,5
Bayer	Berocca	7,7
Orkla Care	Active Care	5,4

I kategorin ingår vitaminer och multivitaminer. I kategorin ingår inte kombinationer av multivitaminer med andra kosttillskott såsom probiotika eller omegafettsyror. Dessa redovisas som kosttillskott.

### Övrigt

Probiotika utgör cirka 7% av försäljningen av kosttillskott.

## 5. VÄXTBASERADE LÄKEMEDEL OCH KOSTTILLSKOTT

Försäljningsvärdet av växtbaserade läkemedel och kosttillskott (2015–2019):

Kategori	2015	2016	2017	2018	2019
Växtbaserade läkemedel	252,3	252,5	264,0	272,0	283,1
Växtbaserade smärtstillande medel	24,1	26,6	27,4	28,3	29,4
Växtbaserade insomning/sömntabletter	31,6	27,9	44,4	51,1	54,1
Växtbaserade medel mot hosta, förkylning och allergi	119,6	118,1	110,3	107,8	111,1
Växtbaserade medel för magbesvär	75,6	78,3	80,3	83,1	86,6
Växtbaserade dermatologiska medel	1,4	1,6	1,6	1,8	1,9
Växtbaserade kosttillskott*	599,0	615,5	627,8	646,3	665,3
Växtbaserade kosttillskott i fast form	530,8	546,5	557,8	574,3	591,2
Växtbaserade flytande kosttillskott	68,3	69,1	70,0	72,0	74,1
Växtbaserade läkemedel och produkter	851,3	868,1	891,8	918,3	948,4
Utveckling alla växtbaserade produkter (%)		2,0%	2,7%	3,0%	3,3%

(Summorna i tabellen anges i miljoner svenska kronor)

I kategorin ingår växtbaserade läkemedel (VBL) och traditionella växtbaserade läkemedel (TVBL). Dessutom redovisas här även växtbaserade kosttillskott\* för att ge en samlad bild av de växtbaserade produkterna. I sammanställningen för hela egenvårdsmarknaden ingår de i gruppen *Kosttillskott & Vitaminer*.

*Växtbaserade läkemedel*; läkemedel där den verksamma beståndsdelens utslutande utgörs av växtbaserade material eller växtbaserade beredningar. Samma godkännandeprocess som för konventionella läkemedel. VBL kan vara både receptfria och receptbelagda. I statistiken redovisas endast receptfria VBL.

*Traditionella växtbaserade läkemedel*; de aktiva komponenterna utgörs av växtmaterial där indikationerna grundar sig utslutande på erfarenhet av långvarig användning. Effekten ska bedömas vara rimlig och användningsområdet baseras endast på traditionellt bruk av växtmaterialet under minst 30 år, varav minst 15 år inom EU.

*Växtbaserade kosttillskott*; kosttillskott som består av växt eller växtextrakt, exempelvis vitlök, nyponpulver och ginseng.

5 största varumärkena inom kategorin växtbaserade läkemedel och kosttillskott 2019:

Företag	Varumärke	Andel %
Midsona	Kan Jang	3,6%
Orkla Care	Gerimax	2,9%
Orkla Care	Litomove	2,7%
Forever Living Products	Forever Living	2,5%
Midsona	Friggs	1,9%

## 6. SPORTNUTRITION

Försäljningsvärde av sportnutritionsprodukter (2015–2019):

Kategori	2015	2016	2017	2018	2019
Sportnutrition med protein	893,3	963,5	1 064,1	1 161,0	1 209,7
Sportnutrition utan protein	505,0	545,7	574,6	603,9	630,5
Sportnutrition, total	1 398,3	1 509,2	1 638,7	1 764,9	1 840,2

(summorna i tabellen anges i miljoner svenska kronor)

I kategorin ingår produkter som förbättrar fysisk uthållighet, ökar muskeltillväxt/utveckling/massa eller påskyndar återhämtning efter träning. Sportnutrition riktar sig till idrottsmän och gymbesökare. Produkterna säljs som pulver, bars, ready-to-drink (RTD), gel eller i tablettform.

5 största varumärkena inom kategorin sportnutrition 2019:

Företag	Varumärke	Andel %
HSNG (Gymgrossisten)	Star Nutrition	9,5%
Barebells Functional Foods	Barebells	9,3%
Midsona	Dalblads	7,3%
Orkla Care	Maxim	6,9%
Norrmejerier	Gainomax	6,6%

Sverige är topp 3 i konsumtion av sportnutrition i Västeuropa. Endast konsumenterna i Finland och Storbritannien köper mer än konsumenterna i Sverige. I segmentet *Sportnutrition utan protein* är svenskarna de som köper mest i Europa. Vi köper i snitt för 5,9 Euro, norrmännen köper för 4,4 Euro och britterna för 3,9 Euro. Sverige är på tredje plats vad gäller *Sportprodukter med protein*. I Sverige köper vi för 11,3 Euro per capita. I Finland köper man för 16,6 Euro och i Storbritannien 13,4 Euro.

### Skillnad i redovisningen jämfört med tidigare år

Utbudet av proteinbars har ökat markant de senaste åren. Tidigare år har Euromonitor skiljt på *proteinbars* och *energibars*. Proteinbars som används i träning innehållande en högre halt protein har redovisats som sportnutrition. Energibars med något lägre proteinhalt och ibland avsedda för andra ändamål som exempelvis näringsrika mellanmål har redovisats som konfektyr. Båda ingår nu i redovisningen. Detta medför att totalsumman för segmentet ökat då flera produkter nu ingår i den redovisade summan. Summorna som här redovisas kan således inte jämföras med tidigare redovisningar.

## 7. VIKTKONTROLL

Försäljningsvärdet av viktkontrollprodukter (2015–2019):

Kategori	2015	2016	2017	2018	2019
Måltidsersättning	391,7	357,2	349,2	344,9	344,0
Viktminskningstillskott	103,3	94,1	85,6	82,6	80,7
Flytande näringstillskott	10,9	11,2	11,5	12,1	12,7
Te för viktminskning	3,1	3,1	3,2	3,4	3,7
Viktkontroll, Total	495,0	451,3	434,9	427,6	424,7
Utveckling viktkontroll (%)		-8,8%	-3,7%	-1,7%	-0,7%

(Summorna i tabellen anges i miljoner svenska kronor)

5 största varumärkena inom kategorin måltidsersättning 2019:

Företag	Varumärke	Andel %
Orkla Care	Nutrilite	28,0
Herbalife	Herbalife	23,2
Midsona	Naturdiet	21,9
Karo Pharma	Allévo	14,0
Impolin	Modifast	6,0

Kategorin definieras som dietlivsmedel och drycker som är speciellt utformade för de som vill gå ned eller kontrollera sin vikt. Produkterna är näringsberikade, ofta kalorislåga, och med ett högt proteininnehåll. De äts som ersättning för all kost eller delar av kosten under en dag. Produkttyper som ingår är exempelvis shakes, pulver, soppor och bars. I kategorin ingår inte kalorireducerade färdigrätter som inte är näringsberikade.

5 största varumärkena inom kategorin viktminskningstillskott 2019:

Företag	Varumärke	Andel %
ACO Hud	XL-S	35,8
Herbalife	Herbalife	25,0
Amway Sweden	Nutrilite	8,1
Forever Living Products	Forever Living	6,5
Olimp Laboratories	Olimp	2,6

Huvudsakliga produkttyper är aptitdämpande, fett/kolhydratblockerare och fettförbrännare. Detoxtabletter som marknadsförs som bantningshjälpmedel inkluderas. Såväl växtbaserade som icke växtbaserade produkter inkluderas. Även medicintekniska produkter ingår i kategorin. I kategorin ingår inte receptbelagda eller receptfria läkemedel, inte heller s.k. energiboosttabletter.

Svensk Egenvård är den svenska branschorganisationen för leverantörer av natur- och växtbaserade läkemedel, kosttillskott, sportnutrition, viktminskning, kosttillskottsliknande medicinteknik och hälsosamma livsmedel på den svenska marknaden.



[www.svenskegenvard.se](http://www.svenskegenvard.se)

[info@svenskegenvard.se](mailto:info@svenskegenvard.se)

08-545 411 60