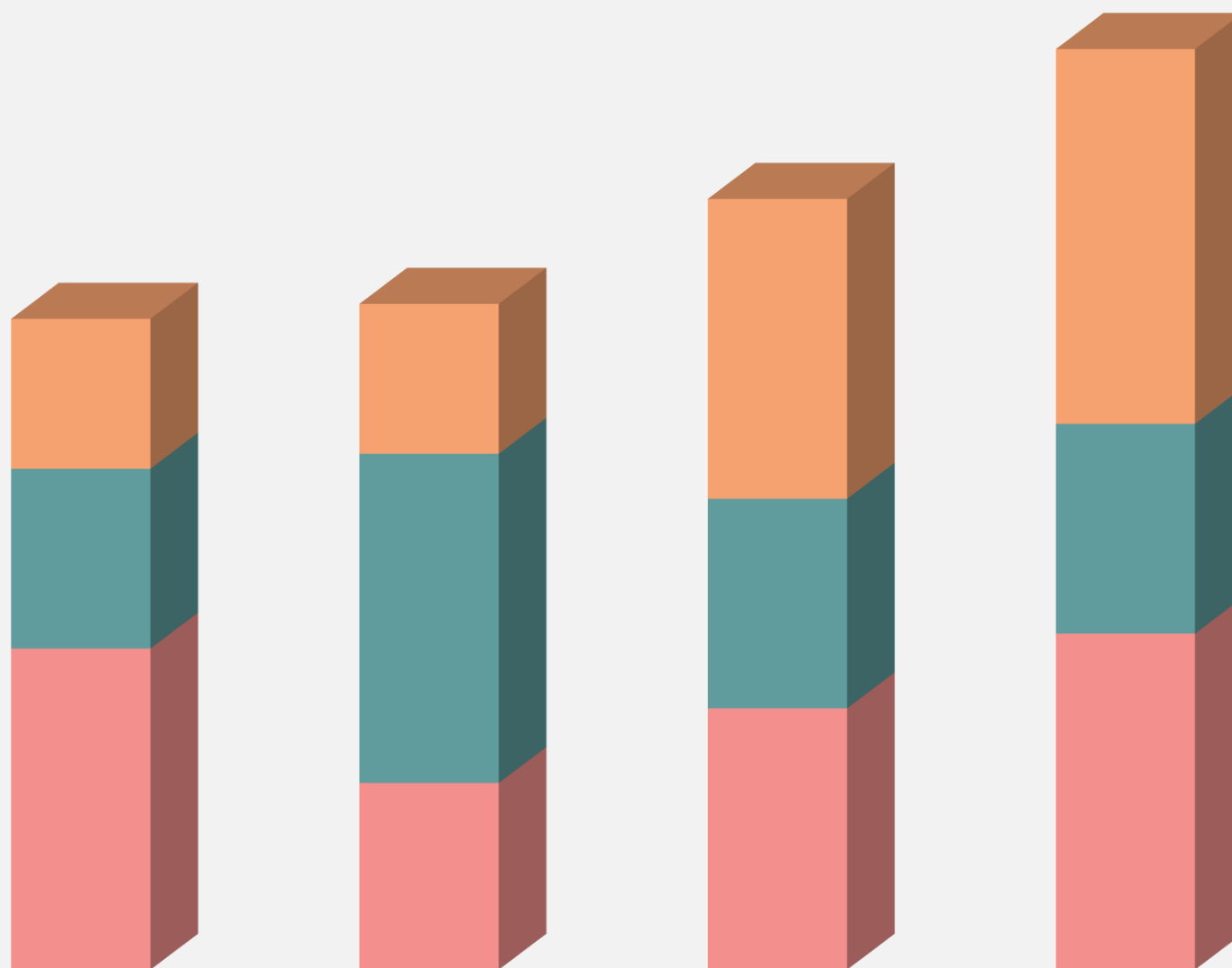


# DEN SVENSKA EGENVÅRDSMARKNADEN

## FÖRSÄLJNINGSTATISTIK 2025



Trender i Sverige	2
Svensk Egenvård	3
Egenvårdsmarknaden 2025	4
Kosttillskott och vitaminer	5
Viktkontroll	6
Sportnutrition	7
Växtbaserade läkemedel/kosttillskott	8
Försäljningskanaler	9
Försäljning i Norden	10

# EGENVÅRDSMARKNADEN 2025

2

## Trender i Sverige

### Skifte mot prisvärde och onlinekanaler

Svenska konsumenter har under de senaste åren blivit mer prismedvetna och i allt större utsträckning valt prisvärda alternativ inom vitaminer och kosttillskott. Detta har gynnat tillväxten inom egna varumärken (private label-produkter). Försäljningen av premiumprodukter har varit relativt stabil. Mellanklassprodukterna har påverkats mest då många konsumenter har bytt till billigare alternativ. Prisfokus och rabatter fortsätter att spela en avgörande roll i konsumenternas köpbeslut.

Det har också skett en tydlig kanalförskjutning. Allt fler konsumenter köper sina egenvårdsprodukter online eller i dagligvaruhandeln, främst på grund av lägre priser och bekvämligheten i att kombinera kosttillskott med vardagliga matinköp. Multivitaminerna köps i allt större utsträckning i stormarknader. Online är den enda distributionskanalen som växer och står nu för cirka 44 % av försäljningen. Övriga traditionella kanaler minskar.

Sparande är fortsatt en prioritet för många svenskar. Cirka 40 % uppger att de fokuserar på att spara och 32 % prioriterar att handla i lågprisbutiker. Detta påverkar även inköpen av kosttillskott.

### Personalisering och förebyggande hälsa

Efterfrågan på vitaminer fortsätter att växa, driven av Sveriges starka tradition inom hälsa och välbefinnande. Enligt [Euromonitors Lifestyle-undersökning](#) uppger 26 % av konsumenterna 2025 att de ökar sina investeringar i hälsa och välbefinnande.

Tillväxten av kosttillskott förväntas fortsätta, främst tack vare intresset för förebyggande hälsa, produktinnovation och personalisering. Produkter riktade mot specifika behov – exempelvis energi, immunförsvar och stress – bidrar till kategoriens expansion.

Kategorin barnvitaminerna har vuxit kraftigt med 45 % sedan 2021. De ledande kosttillskottskategorierna vitamin D, multivitaminerna och omega-3 har alla sett betydande värdeökning sedan 2021 med 64 %, 44 % respektive 32 %.

Trenden mot personligt anpassade kosttillskott växer i takt med att konsumenter efterfrågar lösningar baserade på individuella behov eller hälsodata. Denna utveckling är nära kopplad till e-handel, där många aktörer erbjuder skräddarsydda vitaminpaket.

### Stabil efterfrågan i ledande kategorier

De största kategorierna i Sverige är fortsatt vitamin D, multivitaminerna och omega-3. De har samtliga visat stark värdetillväxt sedan 2021. Vitamin D är särskilt etablerat i Norden, delvis på grund av rekommendationer från Livsmedelsverket och återkommande mediebevakning kring dess betydelse under vinterhalvåret.

Samtidigt växer intresset för probiotika, kollagen, biotin och andra skönhetsrelaterade kosttillskott. Denna utveckling drivs av bredare välbefinnandetrender, ökad konsumentkunskap online samt innovation som lyfter fram kopplingen mellan inre hälsa och yttre skönhet.

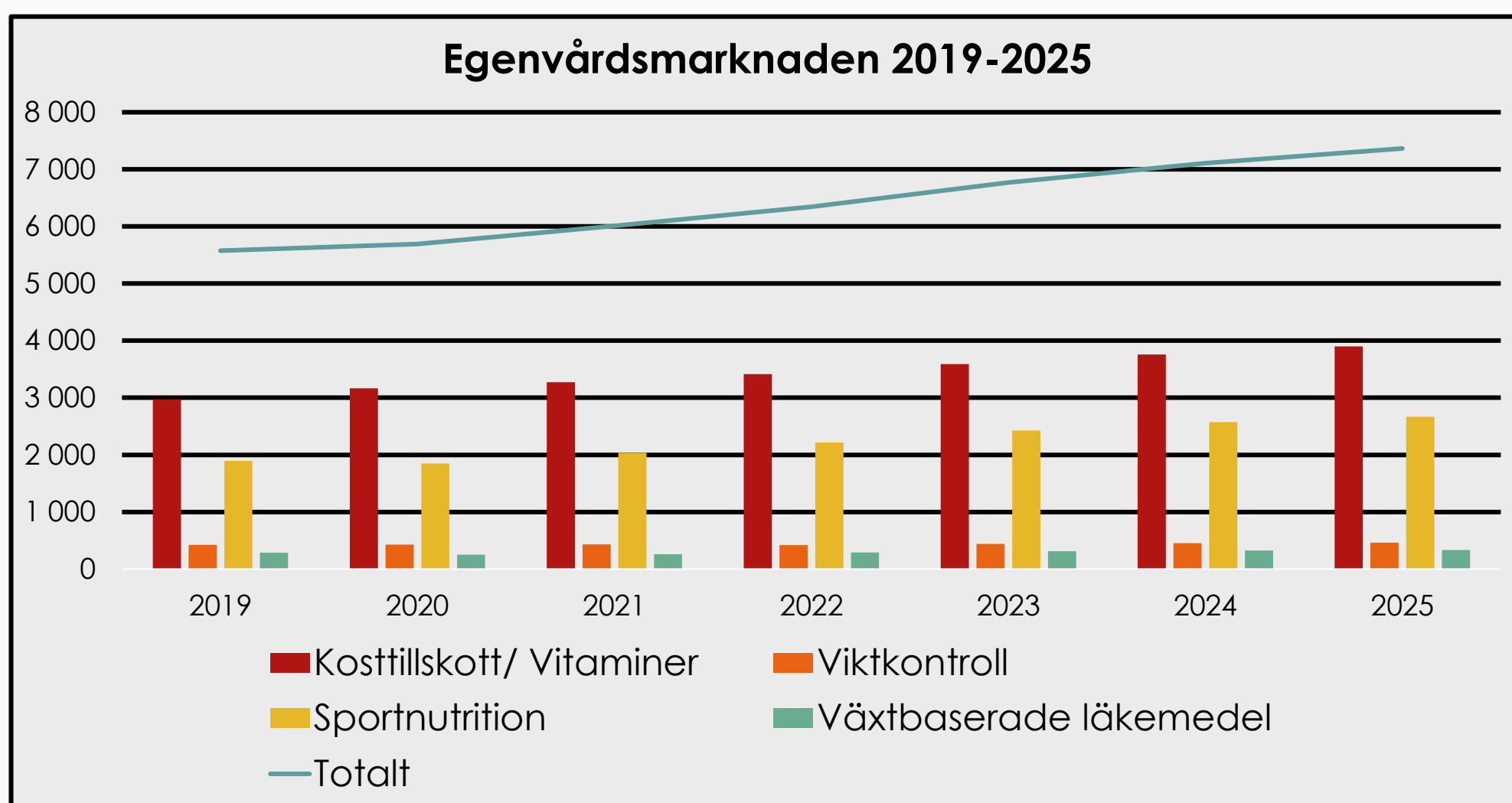
# EGENVÅRDSMARKNADEN 2025

## Svensk Egenvård

Svensk Egenvård är en branschorganisation för företag inom kosttillskott, sportnutrition, växtbaserade läkemedel, viktminskning, kosttillskottsliknande medicinteknik och hälsosamma livsmedel. Vi stärker branschens kvalitet och erbjuder stöd, certifiering och kunskap för en trygg egenvårdsmarknad.

Svensk Egenvård har i över 50 år arbetat för att höja standarden och trovärdigheten inom egenvård i Sverige. Genom att sprida vetenskapligt förankrad kunskap till konsumenter, myndigheter och media, har vi byggt en stark branschplattform med medlemmarnas nytta i centrum. Vi är även Sveriges representant i Food Supplements Europe och fungerar som remissinstans till nationell lagstiftning.

Läs mer på [www.svenskegenvard.se](http://www.svenskegenvard.se)



# EGENVÅRDSMARKNADEN 2025

Svensk Egenvård och Euromonitor Internationals försäljningsstatistik 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.

Statistiken omfattar all försäljning av kosttillskott/vitaminer, viktminskningsprodukter, växtbaserade läkemedel och sportnutrition på den svenska marknaden under 2025. Försäljningen omfattar samtliga försäljningskanaler såsom apotek, dagligvaruhandel, hälsofackhandel, träningsanläggningar och internetförsäljning.

Kategoriseringarna inom egenvårdsmarknaden är inte internationellt standardiserade vilket medför att siffrorna i denna statistik inte kan jämföras med annan statistik. Skillnader i växelkurs Euro/SEK korrigeras årligen vilket gör att historiska jämförelser ska göras med senast publicerade försäljningsstatistik och inte med tidigare utgåvor.

Försäljningssiffrorna presenteras i löpande priser inklusive moms för åren 2021–2025 uttryckt i miljoner svenska kronor.

**Tabell: Procentuell tillväxt inom respektive kategori på den svenska egenvårdsmarknaden.**

Tillväxttal	2022	2023	2024	2025
Kosttillskott/Vitaminer	4,4%	5,1%	4,7%	3,8%
Viktkontroll	-3,1%	4,7%	2,7%	2,0%
Sportnutrition	8,8%	9,4%	6,1%	3,7%
Växtbaserade läkemedel	10,1%	7,5%	4,4%	3,2%

**Tabell: Försäljningsvärdet av den svenska egenvårdsmarknaden i miljoner svenska kronor.**

Produktkategori	2021	2022	2023	2024	2025
Kosttillskott/Vitaminer	3 273	3 416	3 591	3 759	3 900
Viktkontroll	434	421	440	452	461
Sportnutrition	2 039	2 218	2 426	2 574	2 669
Växtbaserade läkemedel	262	288	310	324	334
Totalt	6 008	6 343	6 768	7 109	7 365

# KOSTTILLSKOTT OCH VITAMINER

5

Tabell: Försäljningsvärdet av kosttillskott och vitaminer i miljoner svenska kronor.

Kategori	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Växtbaserade kosttillskott*	591	611	642	672	708	745	778
Kosttillskott**	1 315	1 347	1 386	1 454	1 530	1 601	1 664
Flytande kosttillskott***	237	229	245	252	264	275	282
Vitaminer	724	869	884	917	963	1 005	1 039
Vitaminer och kosttillskott för barn	103	108	115	120	126	132	136
Kosttillskott och vitaminer, total:	2 970	3 164	3 273	3 416	3 591	3 759	3 900
Utveckling kosttillskott/vitaminer (%)		6,5%	3,4%	4,4%	5,1%	4,7%	3,8%

\* 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.

# VIKTKONTROLL

Tabell: Försäljningsvärdet av viktminskningsprodukter i miljoner svenska kronor.

Kategori	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Måltidsersättning*	344	348	357	344	361	372	380
Viktminskningstillskott**	81	78	77	77	80	81	82
Viktkontroll, total:	425	426	434	421	440	452	461
Utveckling viktkontroll (%)		0,3%	1,9%	-3,1%	4,7%	2,7%	2,0%

\* Produkttyper som ingår är exempelvis shakes, pulver, soppor och bars. I kategorin ingår inte kalorie reducerade färdigrätter som inte är näringsberikade.

\*\* Produkttyper som ingår är aptitdämpande, fett/kolhydratblockerare, fettförbrännare, detoxtabletter (som marknadsförs som viktminskningshjälpmedel), växtbaserade och icke-växtbaserade produkter samt medicintekniska produkter. I kategorin ingår inte receptbelagda eller receptfria läkemedel, inte heller s.k. energiboosttabletter.

# SPORTNUTRITION

Tabell: Försäljningsvärdet av sportnutrition i miljoner svenska kronor.

Kategori	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sportnutrition med protein	1 265	1 241	1 386	1 527	1 692	1 801	1 869
Sportnutrition utan protein	630	608	653	691	734	773	801
Sportnutrition total:	1 896	1 849	2 039	2 218	2 426	2 574	2 669

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

# VÄXTBASERADE LÄKEMEDEL OCH KOSTTILLSKOTT

Tabell: Försäljningsvärdet av växtbaserade läkemedel och kosttillskott i miljoner svenska kronor.

Kategori	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Växtbaserade läkemedel (VBL), total:	285	252	262	288	310	324	334
Växtbaserade smärtstillande medel	29	30	35	43	49	52	55
Växtbaserade insomnings-/sömntabletter	55	56	59	62	66	69	72
Växtbaserade medel mot hosta, förkylning och allergi	112	84	83	94	99	103	106
Växtbaserade medel för magbesvär	87	80	83	87	94	98	100
Växtbaserade dermatologiska medel	1,9	2,0	2,1	2,2	2,4	2,5	2,5
Växtbaserade kosttillskott, total:	665	685	721	754	796	837	873
Växtbaserade kosttillskott i fast form	591	611	642	672	708	745	778
Växtbaserade kosttillskott i flytande form	74	73	79	81	88	92	95
Växtbaserade produkter, båda kategorierna totalt:	950	937	983	1 042	1 106	1 161	1 207
Utveckling alla växtbaserade produkter (%)		-1,4%	4,9%	6,0%	6,1%	5,0%	4,0%

I kategorin *växtbaserade läkemedel* 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 växtbaserade kosttillskott i gruppen *Kosttillskott & Vitaminer*.

*Växtbaserade läkemedel*; läkemedel där den verksamma beståndsdel utslutande utgörs av växtbaserade material eller växtbaserade beredningar. Samma godkännandeprocédur 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.

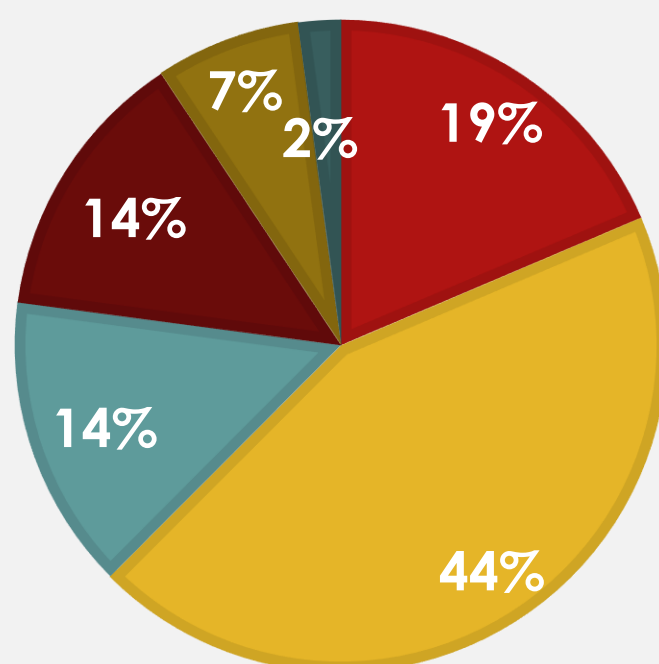
*Växtbaserade kosttillskott*; kosttillskott som består av växt eller växtextrakt, exempelvis vitlök, nyponpulver och ginseng.

# FÖRSÄLJNINGSKANALER

Här redovisas i vilka försäljningskanaler kosttillskott och vitaminer såldes i Sverige 2025. Övriga produktkategorier ingår inte i denna sammanställning. Internettförsäljningen har ökat från 15,6% 2015 till att nu vara den klart största försäljningskanalen med 44%.

## FÖRSÄLJNINGSKANALER FÖR KOSTTILLSKOTT OCH VITAMINER I SVERIGE 2025

- Dagligvaruhandel
- Internetförsäljning
- Hälsobutikhandel
- Apotek
- Direktförsäljning
- Övriga



*Internettförsäljning* är när försäljning sker via Internet oavsett om det är ett apotek, en hälsobutik eller en livsmedelsaffär som säljer produkten.

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

*Övrig försäljning* är exempelvis postorder och telefonförsäljning.

# FÖRSÄLJNING I NORDEN

10

Tabell: Genomsnittskonsumtion av kosttillskott och vitaminer per person i Euro.

Land	2022	2023	2024	2025
Finland	62,7	63,7	64,6	65,5
Norge	57,4	52,2	53,0	54,7
Danmark	38,0	39,8	41,6	43,4
Sverige	30,2	29,2	31,2	33,1

De svenska och danska genomsnittskonsumenterna spenderar avsevärt mindre pengar på kosttillskott och vitaminer än konsumenterna i Norge och Finland. Skillnaderna har ökat och den finländska konsumenten konsumerar dubbelt så mycket som den svenska.

