

PRESSMEDDELANDE

Smak och bekvämlighet styr svenskarnas syn på kosttillskott och näringsdrycker

- *42% av svenskarna tycker att smaken är viktigast – betydligt fler än det globala snittet på 27%.*
- *Var tredje uppskattar bekvämligheten i att ta med kosttillskott och näringsdrycker 'på språng'.*
- *Hälsa är fortsatt i fokus för svenskarna – 54% vill att produkten aktivt ska bidra till deras hälsa.*

Lund, Sverige (21 oktober 2025): En ny global undersökning från Tetra Pak visar att svenska konsumenter i högre grad än andra länder bryr sig om smak, hälsa och bekvämlighet när de väljer produkter för sitt välmående, så som kosttillskott och näringsdrycker.

– Det är fascinerande att se hur mycket preferenserna skiljer sig mellan länder, säger Anna Larsson, kategoriansvarig med fokus på konsumentinsikter på Tetra Pak. I Sverige spelar smak och upplevelse en mycket större roll än på många andra marknader. Det visar hur viktigt det är att förstå de lokala behoven – det räcker inte längre att bara prata om funktionella fördelar.

Studien visar att 42% av de svenska konsumenterna lyfter smaken som den viktigaste faktorn när de väljer kosttillskott eller näringsdryck – jämfört med ett globalt snitt på 27%. I flera andra länder, som Korea och Brasilien, ligger siffran så lågt som 16%.

Det som väger tyngst för svenskarna är att produkten ska bidra till god hälsa – något 54% anger som sitt främsta skäl att använda kosttillskott och näringsdrycker. Samtidigt uppskattar svenskar i högre grad än andra bekvämligheten i att kunna ta med sig produkterna 'på språng' (33% jämfört med 21% globalt). För många handlar det om att orka med en aktiv vardag, hålla energin uppe och kunna göra hälsosamma val utan att behöva planera i förväg.

En klar majoritet av svenskarna (71%) föredrar produkter som kombinerar flera hälsofördelar – som energi, immunförsvar och stresshantering – snarare än specialiserade produkter med enbart ett syfte.

När det gäller innehåll uppger 69% av svenskarna att de föredrar naturliga ingredienser framför syntetiska alternativ, i nivå med det globala snittet på 71%.

På global nivå växer marknaden för kosttillskott och näringsprodukter snabbt och väntas nå nästan 760 miljarder dollar till 2034. Undersökningen visar att konsumenter i allt större utsträckning söker produkter som kombinerar funktion, upplevelse och naturligt innehåll. Nästan sex av tio föredrar drickbara alternativ på grund av bekvämligheten och enkelheten.

Tetra Paks Global FSN Consumer Research genomfördes av Ipsos i juli 2025 och omfattade över 25 000 konsumenter i 17 länder. Studien inkluderar personer i åldrarna 16–65+ år.

Om TETRA PAK

Tetra Pak är ett världsledande företag inom livsmedelsberedning och förpackningslösningar. Tillsammans med kunder och leverantörer säkrar vi tillgången till säkra och näringsrika livsmedel för hundratals miljoner människor i över 160 länder varje dag.

Med över 24 000 anställda över hela världen gör vi mat säker och tillgänglig överallt, och vårt löfte är att "protect what's good" – vi skyddar livsmedel, människor och planeten.

Mer information om Tetra Pak finns tillgänglig på www.tetrapak.com

För mer information, vänligen kontakta:

Eva Schiller
PR manager, Tetra Pak Norra Europa
+46 733 36 11 75
eva.schiller@tetrapak.com