ARLA FOODS 2026

TRE INNOVATIONS-GAP

SVENSKARNAS OBESVARADE HÄLSOBEHOV

Arla® FEED LIFE™



VI MÅSTE STÄNGA INNOVATIONSGAPEN

Hälsa och välmående är ett livslångt projekt. Intresset för den egna hälsan är högt i Sverige, nästan tre av fyra uppger ett stort engagemang medan bara sex procent är ointresserade. Allra störst är intresset bland unga (15-24 år). Samtidigt visar vår senaste undersökning (Arla Sverige Innovation/ Ipsos, 2026) att många upplever ett glapp mellan ambition och resultat. Att stödja sin långsiktiga hälsa är den vanligaste drivkraften bakom människors hälsoengagemang, men bara hälften känner att de verkligen lyckas. Många efterfrågar också mer kunskap, inte minst de yngsta konsumenterna.

För oss på Arla är detta en tydlig signal. När hälsointresset växer, fragmenteras också drivkrafterna. Människor vill olika saker: känna stabil energi, återhämta sig bättre, bygga styrka, hantera sin vikt eller helt enkelt känna sig mer i balans. Kosten är en grundförutsättning för hälsa, men den är också en möjliggörare för ambitioner som sträcker sig bortom en basnivå av välmående. Det räcker inte att veta vad som är hälsosamt i teorin. Lösningarna behöver fungera i människors verklighet, i olika livsfaser, vid olika måltidstillfällen – och med olika mål.

Under de senaste två åren har vi på Arla Sverige Innovation fördjupat oss i människors relation till hälsa. Arbetet identifierade initialt 33 områden där det finns obesvarade konsumentbehov. I nästa analysfas kondenserades dessa till tre tydliga innovationsgap – bredare områden där behoven är starka men där stödet från livsmedelsbranschen ännu inte är tillräckligt. Här finns en tydlig möjlighet till ökad innovationstakt från flera håll, med människors många drivkrafter i fokus. Dessa insikter är en del av vår hälsostrategi, som guidar Arlas arbete för att bidra till bättre hälsa genom mat.

På Arla lägger vi särskild vikt vid att förstå ungas perspektiv, eftersom det är där vi ser både det starkaste engagemanget och flera av de mest uttalade behoven. Det är även i den unga konsumentens vardag vi som livsmedelsproducent bäst kan bidra till att etablera nya, mer hälsosamma vanor.
Den här rapporten är vårt sätt att dela kunskap, riktning och frön för fler samtal. För att möta morgondagens hälsoambitioner krävs innovation på fler fronter och samverkan i hela branschen. Vi på Arla är motiverade att ta en ledande roll i den utvecklingen och att tillsammans med våra partners bidra till lösningar som hjälper fler att nå sina hälsomål, där de står i dag.

Maja Påhlman,
Innovationschef Arla Sverige
Augusti, 2026

INNEHÅLL

6 Spaning: Hälsolandskapet

8 Tema 1: Dippfri

14 Tema 2: Återladdad

20 Tema 3: Kroppstrygg





Så innoverar vi på Arla

Hälsa och välmående har blivit mer komplext och mer personligt. Det handlar inte bara om att undvika sjukdom, utan om att orka mer, återhämta sig bättre, känna sig trygg i sin kropp och skapa hållbara vanor i en krävande vardag. För Arla Sveriges innovationsteam innebär det att utveckla lösningar som fungerar i människors verklighet, i olika livsfaser, vid olika måltidssituationer och med olika drivkrafter.

Innovation är högt prioriterat på Arla, precis som hälsa. Vi stärker kontinuerligt vårt erbjudande med nya idéer, koncept och produkter – laddade med näringsämnen, vitaminer och mineraler. Produkter som passar in i hälsosamma kostmönster och som baseras på etablerad kunskap. Vi gör det alltid med konsumentens verklighet i fokus. Fokusgrupper, konsumentintervjuer, breda och djupa undersökningar. Följt av ett kreativt skapande, i både kök och workshops.

Näringsinnehåll i sig räcker nämligen inte för att etablera nya, hälsosammare vanor. För att människor ska välja samma produkt om och om igen krävs smak och relevans. Måltider och mellanmål behöver fungera i vardagen och skapa utrymme för njutning, paus och gemenskap. Det är i den kombinationen som långsiktiga beteendeförändringar kan ta form.

Unga konsumenter är en särskilt viktig målgrupp i vårt innovationsarbete. De visar starkast engagemang för sin hälsa men upplever också fler hinder. Att skapa attraktiva och tillgängliga lösningar för denna generation är en central del av vår innovationsagenda.



Stänga innovationsgapen – tillsammans

För att möta morgondagens hälsobehov krävs samverkan i hela värdekedjan.

Vår ambition på Arla är att vara en drivande kraft i den utvecklingen och att tillsammans med partners skapa lösningar som gör det enklare för fler att leva ett hälsosamt liv.

Vill du samarbeta med oss är du varmt välkommen att ta kontakt.

Maja Påhlman,
Innovationschef Arla Sverige
mapuf@arlafoods.com

Om rapporten och datan

Arla Sverige Innovation har 2025–2026 genomfört flera aktuella studier och innovationsprojekt, som sammantaget bidragit till rapportens totalanalys:

- InnoExplorer Wellbeing (Arla Sverige Innovation/Ipsos, mars 2025), webbenkät
- Mappning av hälsoarketyper (Arla Sverige Innovation/InsightMe, juni 2025), webbenkät
- FutureBites on the snacking horizon (Arla Sverige Innovation/Augur, maj 2025), kvalitativ studie

I denna rapport, *Tre innovationsgap – svenskarnas obesvarade hälsobehov,* refereras primärt vår senaste undersökning (om inget annat uppges). Den genomfördes av Arla Sverige Innovation tillsammans med strategikonsult Johan Åkesson och Ipsos Sverige i mars 2026. Undersökningen är en webbenkät som 1 004 personer har svarat på, i åldrarna 15–70 år, med nationellt representativt urval för Sverige.

REDAKTION & PRODUKTION

Rapportansvarig: Maja Påhlman, *Innovationschef Arla Sverige.* **Projektledare, Arla Innovation:** Anna Norell Spanne. **Koncept och rapportförfattare:** Johan Åkesson, *johanakesson.com.* **Form:** Johan Rutherhagen, *rutherhagen.com.*
Tre innovationsgap – svenskarnas obesvarade hälsobehov (2026) är en rapport från Arla Sverige Innovation.





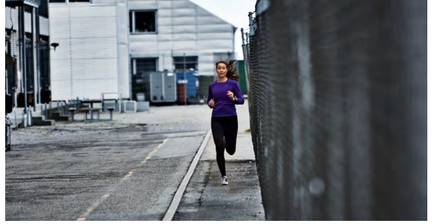
NÄR VÄLMÅENDE STYR VARDAGS-VALEN



Hälsa är i dag en av samtidens starkaste drivkrafter men också en av de mest fragmenterade. Fysisk styrka, mental balans, social tillhörighet och emotionell stabilitet ska rymmas i samma självförverkligande. Ofta samtidigt. När allt ska optimeras på en gång uppstår nya glapp mellan vilja och verklighet.

Vi ser det på gator och i våra flöden, i Netflix-serier och poddar: löparklubbar och studior för andningsövningar, naturlängtan och isbad, biohacking och longevity – hälsa som identitetsprojekt, statusmarkör, populärkultur och drivkraft i konsumtionsval. Hälsa har flyttat från vårdcentralen till vardagsrummet. Från rekommendationer till ritualer. Från något vi hanterar när det går fel till något vi aktivt formar varje dag. Enligt McKinsey har konsumenters syn på hälsa de senaste åren förskjutits från att handla om att undvika sjukdom till att optimera energi, funktion och livskvalitet över tid[1]. I Deloittes globala branschundersökning 2026 uppger 88 procent av tillfrågade livsmedelsbolag att de nu anpassar sin produktutveckling till ett växande konsumentintresse för hälsosammare och mer funktionella livsmedel[2]. Samtidigt finns ett allvar i botten. Folkhälsomyndigheten visar att psykisk ohälsa, övervikt och hjärt-kärlsjukdomar fortsatt är









”Protein har blivit det näringsämne som flest svenskar aktivt fokuserar på att få i sig”







betydande folkhälsoutmaningar i Sverige[3]. Hälsotrenden drivs inte bara av estetik eller självoptimering, utan också av reella behov. Det är i mötet mellan dessa krafter som spänningen uppstår. I Arlas undersökning uppger 42 procent att de ofta faller för frestelser trots att de vill äta mer hälsosamt. Lika många beskriver att det är svårt att bryta gamla vanor. Fler än var tredje känner att de har svårt att prioritera sitt välbefinnande i vardagen. Viljan är tydlig, vägen dit är mer snårig.

Fler mål i samma vardag

Prestation och styrka står högt på agendan, samtidigt som behovet av återhämtning växer. Protein har blivit det näringsämne flest svenskar aktivt fokuserar på att få i sig – särskilt bland unga (15-24 år) – och parallellt ökar efterfrågan på kortare ingredienslistor och mindre processad mat. Internationella trendanalyser visar hur konsumenter i ökande grad efterfrågar naturliga och minimalt processade ingredienser, och hur transparens i hållbarhetsarbetet skapar konkreta värden i vardagen[4,5]. Att både vilja optimera och förenkla är inte en paradox, utan ett uttryck för att flera hälsomål ska rymmas i samma vardag.

Mat, precis som hälsa, har blivit både funktion och kultur. Maten ska bygga muskler, ge stabil energi och stödja vartenda enskilt hälsomål. Den ska också kännas äkta, begriplig och värd sitt pris.

Unga visar vägen

I Arlas data uppger nästan hälften av unga (15–24 år) att ekonomin begränsar deras möjligheter att förbättra sitt välbefinnande. Samtidigt är det i denna grupp vi ser det allra starkaste engagemanget för hälsa. Unga fungerar därmed som tidiga indikatorer. De rör sig snabbare mellan trender, men uttrycker också tydligare var det skaver: svårt att navigera i informationsflödet, svårt att etablera nya vanor, svårt att hitta rätt stöd.

För livsmedelsbranschen innebär detta att hälsa behöver förstås i flera dimensioner samtidigt. Funktion, naturlighet och pris spelar alla roll, men i olika situationer och för olika mål. Förväntningarna spänner över flera dimensioner parallellt. När ambitionerna är många och vardagen är komplex krävs lösningar som möter människor där de befinner sig, i deras tempo, deras livsfas och deras målbild.

Det är i detta fragmenterade men högintensiva hälsolandskap som tre tydliga behovsområden framträder: *Dippfri, Återladdad, Kroppstrygg*. Tre områden där Arla vill skapa fler lösningar som både smakar och gör gott.

[1] *McKinsey & Company (2024). Future of Wellness Survey.*
[2] *Deloitte (2026). 2026 Consumer Products Industry Global Outlook.*
[3] *Folkhälsomyndigheten (2025). Folkhälsans utveckling – Årsrapport.*
[4] *Euromonitor International (2025). Top Five Trends Shaping Staple Foods into 2026.*
[5] *Innova Market Insights (2026). Top Food & Beverage Trends 2026.*

DIPPFRI

Var fjärde svensk upplever energidippar varje dag. För många handlar det inte bara om trötthet, utan också om svajigt humör, sötsug och tappat fokus. När vardagen kräver att vi håller kraften framåt växer behovet av lösningar som skapar stabilitet, inte toppar och dalar.



01

› Svenskarnas engagemang för hälsa är starkt. Att känna sig energisk och alert är en tydlig drivkraft, och energinivån under dagen är den aspekt som har näst störst inflytande på vad vi väljer att äta och dricka. Samtidigt upplever 43 procent energidippar flera gånger i veckan eller oftare, och fyra av tio upplever att energin varierar för mycket under dagen. Det handlar inte bara om fysisk trötthet. Dippen kan lika gärna kännas som irritation, nedstämdhet eller minskad skärpa. Dippen är både kroppslig och emotionell. Bland dem som motiveras av att bibehålla känslomässig stabilitet och känna sig glada är det färre än hälften som upplever att de lyckas. Bland dem som drivs av att känna sig alerta varje dag är det bara var tredje som upplever att de lyckas. Ambitionen är hög. Upplevelsen halkar efter.

När dippen kommer beskriver många en kombination av energilöshet och sötsug. Att äta något litet är den vanligaste strategin, men bara var Cärde är nöjd med de lösningar som finns i dag inom mat, dryck och kosttillskott. Det finns alltså ett tydligt glapp mellan behov och befintliga alternativ.

Energi på agendan

Internationella konsumentanalyser pekar på att ”energi” snabbt har klivit upp på agendan inom wellness[1], ett hälsotema som har gått från att tas för givet till att aktivt påverkas genom kostval och vardagsrutiner. Det vi lägger på tallriken påverkar inte bara upplevelsen av hur länge energin räcker, utan hur jämnt den bär oss genom dagen.

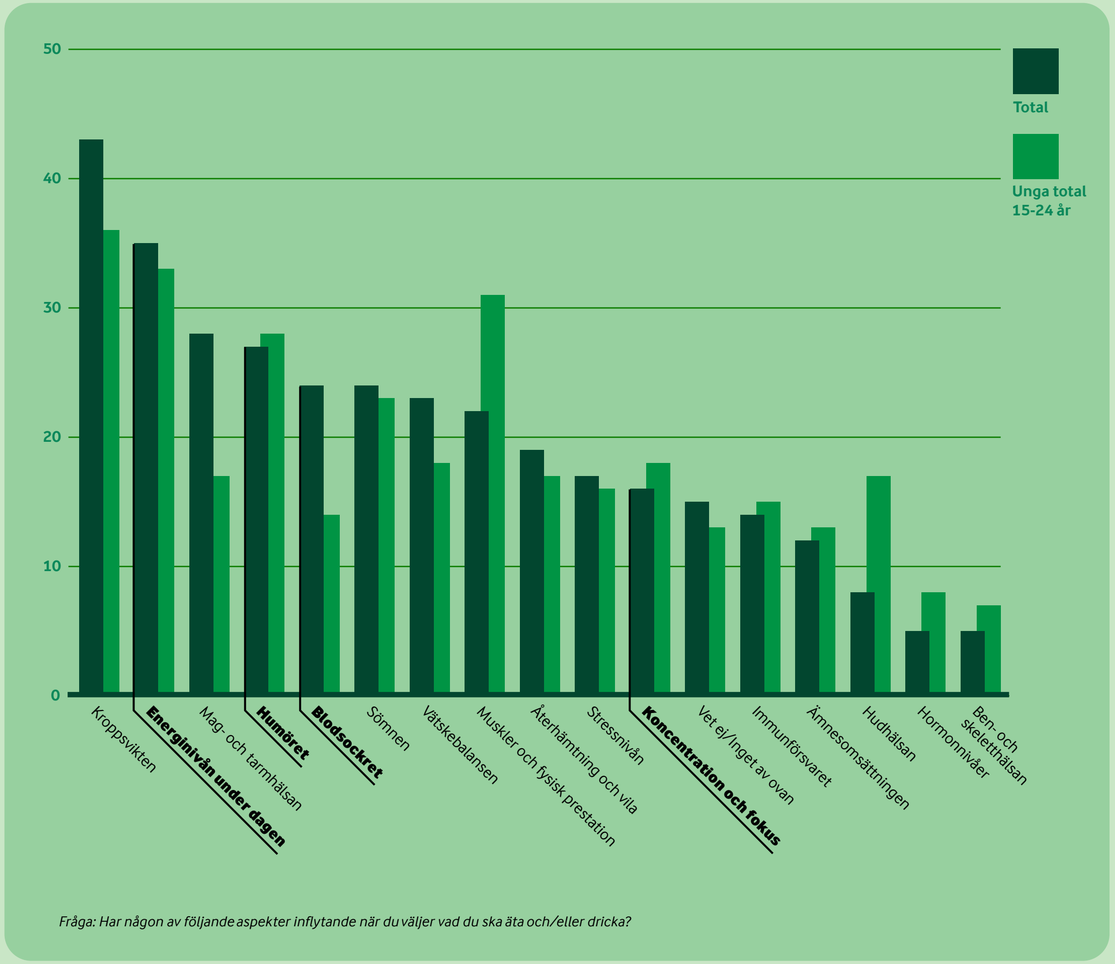
”Det handlar inte bara om fysisk trötthet. Dippen kan lika gärna kännas som irritation, nedstämdhet eller minskad skärpa. Dippen är både kroppslig och emotionell.”

Att leva dippfritt handlar därför inte om att maximera varje timme, utan om att skapa en stabil grund som bär genom dagen. För livsmedelsinnovation innebär det lösningar som prioriterar jämnhet före toppar och hjälper konsumenten att hålla kursen, även när tempot är högt.

1. McKinsey & Company (2024). The Future of Wellness Survey.

Energinivån har näst störst inflytande på kostvalen

När mat och dryck ska väljas spelar många aspekter roll i olika grad – flera av de mest prioriterade rör viljan att motverka dippar.



Fråga: Har någon av följande aspekter inflytande när du väljer vad du ska äta och/eller dricka?

Vanligare att skippa frukost bland unga



5,3

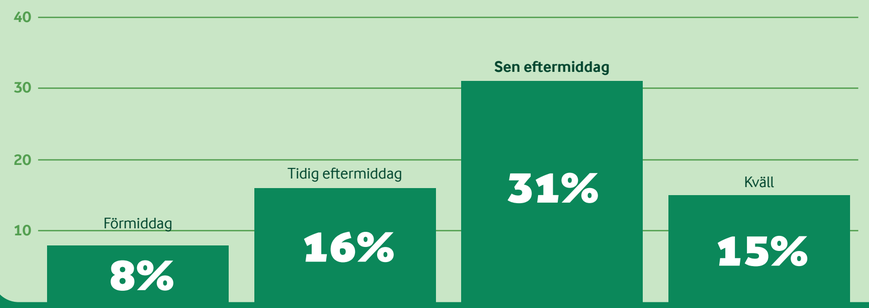
Svenskarna äter frukost i snitt 5,3 dagar per vecka (76 procent av veckans dagar). Knappt sex av tio äter frukost varje dag.

4,6

Bland unga (15-24 år) är siffran lägre – de äter frukost i snitt 4,6 gånger per vecka (66 procent av veckans dagar). Var fjärde äter frukost max två gånger i veckan.

Dipparnas dygnsrytm

– När upplever du oftast dippar?



ÖVRIGA SVAR PÅ FRÅGAN:

När jag inte ätit på länge: 22%
I perioder med stress: 19%
Oregelbundet/inget särskilt mönster: 16%
Under arbets-/studiedagar: 15%
Efter måltid: 10%
Under helger: 5%
Vet ej: 5%

Bas: 923 personer, exkluderar dem som uppgivit att de ej upplever dippar eller ”vet ej” om de upplever dippar).

3 snabba: Stefan Pagréus

STEFAN PAGRÉUS
Titel: Leg. psykolog
Profil: Författare till självhjälpsboken **Tvärtom** (Bonnier Fakta, 2024). Bakgrund inom marknadsföring, reklam och mode.



I en kultur som ofta betonar prestation, hur påverkas vi av att känna att energin inte räcker till?
– Att ha energi kan i det närmaste bli en moralisk fråga, något som säger något om dig som person. Att ha kraft och ork är inte bara ett tillstånd utan ett kvitto på att man är en bra människa. Att känna orkeslöshet kan därför tippa över i skuld, självkritik och en stress över att inte räcka till. På så sätt blir dippen inte bara fysisk utan också psykologisk – kroppen signalerar att vi behöver återhämtning, och man kan tolka det som ett misslyckande.

Är strävan efter jämnhet och stabilitet ett tecken i tiden? På vilket sätt?
– Efter år av fokus på prestation, optimering och att maxa tycker jag nu att man ser en längtan efter mer balans och långsiktighet. Jag tror att det hänger ihop med informationsöverflöden, den ständiga tillgängligheten, prestations- och jämförelsehets online, med mer. Jag ser också en parallell till det ökade fokuset på resiliens och att sträva efter motståndskraft. Att leva mer förebyggande vad gäller hälsa och mående i stället för att köra på för hårt och sen tvingas hantera det när man kraschar.

Fler än fyra av tio upplever återkommande dippar i energi eller humör. Bland unga kvinnor är det sju av tio. Vad kan ”dipptätheten” bland unga bero på?
– Det hänger sannolikt ihop med en bredare hälsobild. Om man tittar på den psykiska hälsan så är den relativt stabil över tid för de flesta grupper, men det stora undantaget är unga, och inte minst unga kvinnor, där vi ser att det psykiska måendet tycks bli sämre. Jag tänker att det är

”Dippen blir inte bara fysisk utan också psykologisk”

krävande att vara ung i dag. Det är den ständiga sociala jämförelsen genom sociala medier med fokus på utseende, prestation, framgång. Det finns också mindre tydliga gränser mellan vila och aktivitet – tidigare fanns det mer naturliga stopp, men med mobilen så kan många uppleva att det aldrig tar slut. Kvinnor tycks tyvärr också ha lättare till självkritik och grubbel. Jag tror att dipparna i energi är en återspegling av detta.



ÅTER-LADDAD

Att hålla över tid kräver mer än driv. När återhämtningen brister påverkas inte bara hur vi mår – utan också hur vi äter. Bland svenskarna finns en stark vilja att minska stressen och medvetet skapa utrymme för lugn, återladdning och smartare beslut.



Jakten på återladdning handlar inte bara om behov av vila, utan också om förutsättningar för att fatta genomtänkta beslut.

› Längtan efter en lugn stund är stark i Sverige. Återhämtning och vila väger tyngre än exempelvis immunförsvar, när det kommer till faktorer som påverkar vad vi väljer att äta och dricka. Sömnen är en av de fem viktigaste faktorerna för våra matval. Samtidigt upplever mer än var tredje svensk att de inte återhämtar sig tillräckligt mellan vardagens uppgifter och aktiviteter. Bland dem som motiveras av att förbättra sin sömn och känna sig utvilade är det bara tre av tio som upplever att de lyckas.

Vägar till återhämtning

När behovet av återhämtning uppstår är det vanligaste valet att lägga sig ned och vila, följt av rörelse och att använda mobilen. Bland unga mellan 15 och 24 år är det nästan var tredje som vänder sig till mobilen när de behöver återhämtning. Drygt fyra av tio kvinnor uppger att de vill minska stress och känna mer lugn, jämfört med knappt tre av tio män. Behovet av att reglera ned är tydligt, även om vägarna dit varierar.

Påverkan på matval

Globala analyser visar att mental hälsa och återhämtning i dag är en självklar del av hur människor definierar hälsa[1]. Samlade forskningsöversikter visar samtidigt att sömnbrist hänger samman med ökat energiintag och förändrade kostval[2]. Återhämtning påverkar alltså inte bara hur kroppen känns, utan också hur beslut fattas kring vad vi väljer att äta. Samtidigt är måltiden, inte minst middagen, en av vardagens mest återkommande sociala ritualer. Forskning visar att personer som regelbundet delar måltider med andra rapporterar högre välbefinnande och lägre stress än de som oftast äter ensamma[3]. I en alltmer digital och AI-genererad vardag förstärks dessutom längtan efter fysiska möten och sammanhang som möjliggör verklig nedreglering[4]. Den gemensamma måltiden kan därmed fungera som en konkret återhämtningszon i vardagen.

Kosten – en del av återhämtning

Intresset för meditation, andningsövningar och andra former av aktiv återhämtning växer globalt. Men vid behov för återhämtning är det vanligare att äta något litet, än att meditera eller göra andningsövningar. Kosten blir ofta ett verktyg för bättre återhämtning: det är exempelvis betydligt vanligare att välja att äta eller dricka något för att förbättra sitt välmående när kroppen känns trött (34 procent) eller vid upplevda sömnproblem (26 procent) – än vid upplevd stress (19 procent) eller träningsvärk (12 procent). Längtan efter återladdning handlar inte bara om behov av vila, utan om att skapa förutsättningar för att fungera och fatta genomtänkta beslut.

1/5 låter återhämtning styra kosten

”Återhämtning och vila” är en aspekt med större inflytande på vad svenskarna väljer att äta och/eller dricka (19%) än exempelvis immunförsvaret (14%).

Sömnen är en ännu viktigare aspekt (23%), det femte viktigaste av 17 alternativ.

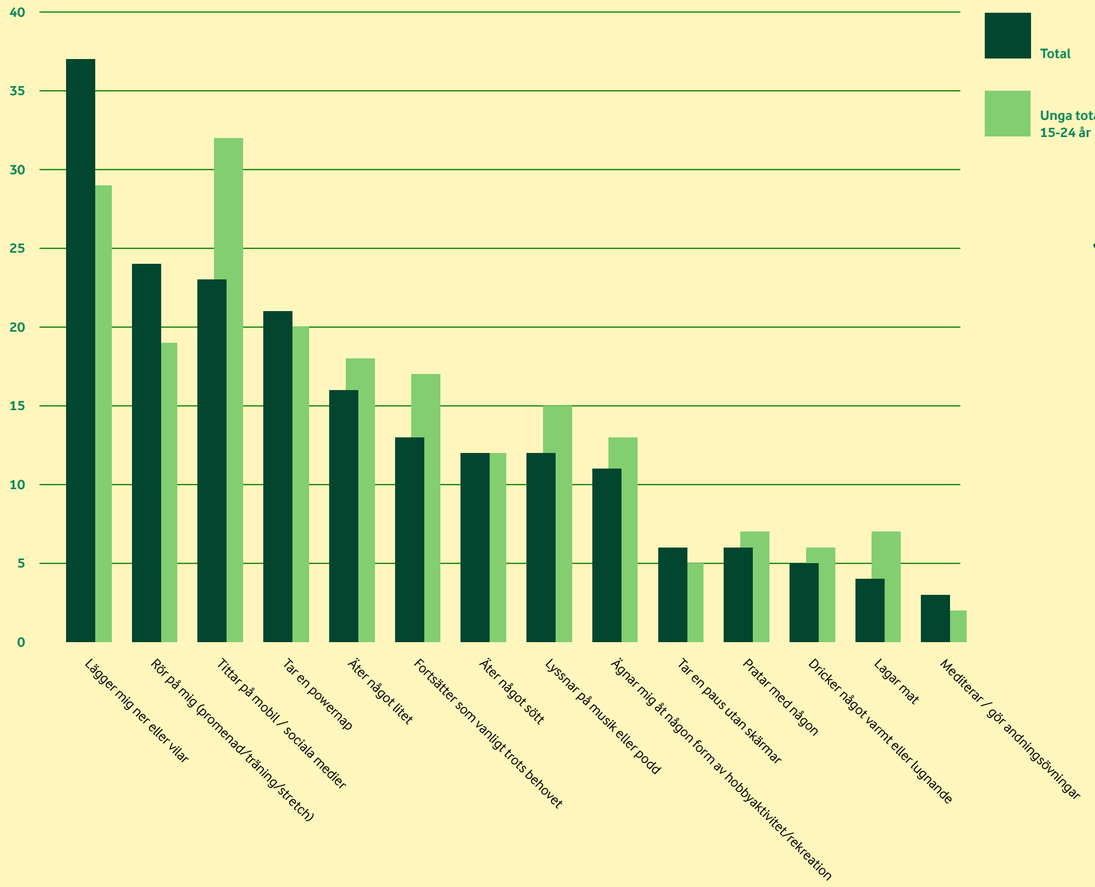
Innovationsöppningar på flera fronter

Innovationsmöjligheter finns för fler lösningar som stödjer kvällsro – svenskarna äter i dag som allra mest ohälsosamt på kvällen: 37 procent uppger detta, jämfört med bara fem procent vid middagstid. Men också för stöd till stabilare morgonstart och stressfri njutning. Bland dem som har ett behov av återhämtning är det bara fyra av tio som är nöjda med de lösningar som finns i dag inom mat, dryck och/eller kosttillskott när de vill få stöd i återhämtningsbehovet.

1. Deloitte (2024). Global Health Care Outlook 2024
2. Al Khatib, H.K. et al. (2023). Sleep restriction increases energy intake. The American Journal of Clinical Nutrition
3. Global studie från University of Leeds, publicerad i Nature Scientific Reports, 2026
4. McKinsey & Company (2023). The State of AI and Digital Life: Global Survey

Från känsla till handling

När behovet av återhämtning infinner sig, väljer svenskarna en rad olika aktiviteter. Unga konsumenter utmärker sig i vissa beteenden.



Fråga: Vad brukar du oftast göra när du har behov av återhämtning?



Var fjärde ung blir stressad av matlagning

Bland unga (15-24 år) är det 26 procent som upplever att matlagning skapar för mycket stress (jämför 21 procent av totalen).

Nästan lika många unga, 24 procent, upplever att det är svårt att äta hälsosamt eftersom de inte lagar mat (jämför 13 procent av totalen).

37%

Nästan fyra av tio svenskar äter som allra mest ohälsosamt på kvällen, jämfört med bara fem procent vid middagstid.





Intervju: Sömnforskaren om trötthet och matval

I vår senaste undersökning bland människor i Sverige uttrycker många en vilja att sova bättre, men få upplever att de lyckas. Hur förklarar du det glappet?

– Stressiga vardagar slutar sällan flera timmar innan du ska lägga dig och försöka sova. Snarare känner sig många så pressade att lyckas med jobbet, familjen, kroppsideal och allt annat som anses vara uttryck för ett framgångsrikt liv, att de fortfarande är uppskruvade strax före läggdags. Hur ska man kunna varva ner och somna när man mentalt kör i 180 kilometer i timmen? Du behöver en bromssträcka – en stund för dig själv där du får möjlighet att varva ner och bara vara, utan alla dessa krav och måsten.

Vad vet vi om sambandet mellan trötthet och våra matval?

– Min forskning har visat att personer som sover för lite har högre halter av aptitfrämjande hormoner i blodet, medan hormoner som minskar aptiten finns i lägre halter. Dessutom har vi sett att hjärnan reagerar starkare på mat när människor lider av sömnbrist, vilket också kan förklara varför sömndepriverade personer ofta äter större portioner och på lång sikt går upp i vikt. Att man dessutom tappar motivationen att röra på sig ökar risken för viktuppgång ytterligare, eftersom energiförbrukningen blir lägre.

– Men det är förstås inte bara sömnen som påverkar vad vi äter – även det vi stoppar i oss kan påverka sömnen. Svensk forskning har visat att djupsömnen minskar efter en vecka med skräpmat jämfört med en vecka med hälsosam kost. Även tidpunkten för när man äter kan påverka sömnen. Tunga måltider, alkohol eller koffein sent på kvällen kan till exempel öka risken för halsbränna under natten, vilket i sin tur kan störa sömnen.

”Mat kan vara en del av en kvällsrutin – till exempel kan en kopp te eller ett glas varm mjölk signalera till hjärnan att det snart är dags att sova”

Vad, och hur, bör man äta för att bidra till bättre nattsömn, men också till bättre återhämtning under dagen?

– En varierad och färgrik kost är bra för både hälsa och sömn. Försök att inte äta alltför mycket processat kött. Om du har problem med exempelvis halsbränna kan det också hjälpa att undvika stora måltider sent på kvällen. Regelbundna måltider under dagen och något lättare att äta på kvällen kan vara en bra strategi. Om du är känslig för koffein och blir uppiggad av det bör du sluta med koffeinhaltiga drycker tidigt under dagen. Alkohol kan visserligen göra det lättare att somna, men är samtidigt en riktig sömntjuv eftersom den försämrar sömnkvaliteten.



CHRISTIAN BENEDICT

Titel: Forskare och författare

Profil: Docent i neurovetenskap vid Uppsala universitet, forskar om sömnens betydelse för hälsan och prestationen. Författare till flera böcker.



I vilken utsträckning kan kvällsvanor och måltidsmönster påverka återhämtningen under natten?

– Både positivt och negativt. Mat kan vara en del av en kvällsrutin – till exempel kan en kopp te eller ett glas varm mjölk signalera till hjärnan att det snart är dags att sova. På så sätt kan det fungera som en tydlig rutin och hjälpa kroppen att varva ner. Men om man äter för tung, fet eller stark mat sent på kvällen kan det i stället leda till besvär som halsbränna, uppblåsthet och magont på grund av gasbildning.

För många är återhämtning detsamma som nattsömn, på vilka andra sätt kan vi finna återhämtning?

– Allt som hjälper dig att minska intryck och krav från omvärlden kan ge en känsla av återhämtning. Under dagen kan man ha stor nytta av små mikropauser där man tar några minuter för sig själv. Hur du använder de minuterna är upp till dig.

KROPPS-TRYGG

Styrka, viktbalans, kroppstillit. För många är kroppen navet i hälso-resan. Men när viljan att förändra är större än det som faktiskt sker växer behovet av stöd som håller över tid. På tallriken såväl som på språng.



03

1,8–2 kg

…så mycket vill svenskar förändra sin kroppsvikt i snitt, nästkommande 12 månader. Bland unga (15-24 år) är siffran –3,3 kilo.

Fråga: Många människor har tankar kring sin vikt – vissa vill gå upp, andra ner och vissa är nöjda som det är. Om du tänker på de kommande 12 månaderna – hur mycket skulle du önska att din kroppsvikt förändras?

Bas: 840 personer som angivit plus eller minus samt antal kilo. Exkluderar dem som inte vill förändra sin vikt (0 kilo).



Kroppsvikten är den aspekt som har allra störst inflytande på vad svenskar väljer att äta och dricka.

› Var tredje svensk känner sig inte trygg eller nöjd med sin nöjd med sin kropp. Skillnader finns mellan inkomstgrupper – ju lägre inkomstspann desto mer missnöjd. Skillnaden mellan könen är också tydlig, 27 procent av männen och 38 procent av kvinnorna är missnöjda. Bland unga är skillnaden mellan könen än mer påtaglig – unga kvinnor är den grupp som är allra mest missnöjd med kroppen.

Kroppsvikten är den aspekt som har allra störst inflytande på vad svenskar väljer att äta och dricka. Samtidigt är viljan att känna sig stark i kropp och sinne den näst vanligaste drivkraften bakom hälsoengagemang. I åldersgruppen 35 till 44 år toppar den drivkraften listan. Men bara omkring hälften av dem som drivs av att känna sig starka upplever att de lyckas. Bland dem som motiveras av att hantera vikten är det endast var fjärde som tycker att de når sitt mål.

Från kalorier till funktion

Intresset för vad kroppen byggs av är samtidigt tydligt. Protein är det näringsämne som flest svenskar uppger att de aktivt bryr sig om att få i sig, 48 procent. Bland unga (15-24 år) är andelen ännu högre, 58 procent. Det signalerar en förskjutning från enbart kaloritänkande till ett ökat fokus på kroppssammansättning och funktion.

Även utseendet är en av drivkrafterna inom kroppstryggheten. Var tredje svensk motiveras att fokusera på sin hälsa och välmående på grund av viljan att känna sig nöjd med hur de ser ut. Men bara var tredje av dem lyckas, nästan lika många uppger att de misslyckas.

Ny syn på viktbehandling

Parallellt med livsstils- och kostrategier har GLP-1-läkemedel snabbt förändrat den globala synen på behandling av vikt och metabol hälsa. En analys från PwC visar att marknaden för dessa mediciner förväntas växa kraftigt under kommande år, med prognoser om mycket omfattande global försäljning när nya formuleringar och indikationer etableras[1]. Effekter på livsmedelsmarknaden märks redan. Publicerad forskning och konsumentdata indikerar att GLP-1-användning är förknippad med lägre total matkonsumtion och minskad efterfrågan på kaloritäta, processade kategorier såsom snacks, sötsaker, bakverk och läsk[2]. Parallellt syns vissa positiva skiften mot mer närings- och proteinorienterade kategorier, så som kvarg och cottage cheese[3]. Samtidigt är användningen i Sverige fortsatt låg. I Arlas undersökning uppger knappt 5 procent att de använder sådana mediciner i dag, medan 55 procent känner till dem men inte vill använda dem, oavsett vikt. Det understryker att många fortfarande söker långsiktiga, vardagsnära sätt att känna sig starka och trygga i sin kropp. Men glappet mellan människors vilja och resultat är också tydligt. Kroppstrygghet handlar därför mindre om snabba förändringar och mer om att känna att kroppen fungerar, svarar och håller över tid.

För livsmedelsinnovation innebär det möjligheter för lösningar som stödjer både styrka och viktbalans, utan att förstärka dietstress eller kortsiktiga fixar. Inte minst finns behoven för tillfällena frukost och småmål, där hälsoviljan tycks vara särskilt svår att efterleva. Arlas undersökningar visar att frukostvanorna svajar i Sverige, bland unga är det färre än fyra av tio som äter frukost dagligen, en av fyra unga äter frukost max två gånger i veckan. Förutom när det gäller kvällssnacks är det vid småmål på språng – frukost och mellanmål – som svenskarna anser sig äta mest ohälsosamt.

1. PwC, Business Model Reinvention GLP-1 Trends & Impact Survey, 2024.
2. Journal of Marketing Research, december 2025.
3. Reuters, 18 februari 2026.

Protein primär prioritet – allra mest för unga



På frågan ”Vad av följande, om något, fokuserar du på att få i dig?” svarar 48 procent av svenskarna ”Protein” – det högst rankade näringsämnet av 17 alternativ.

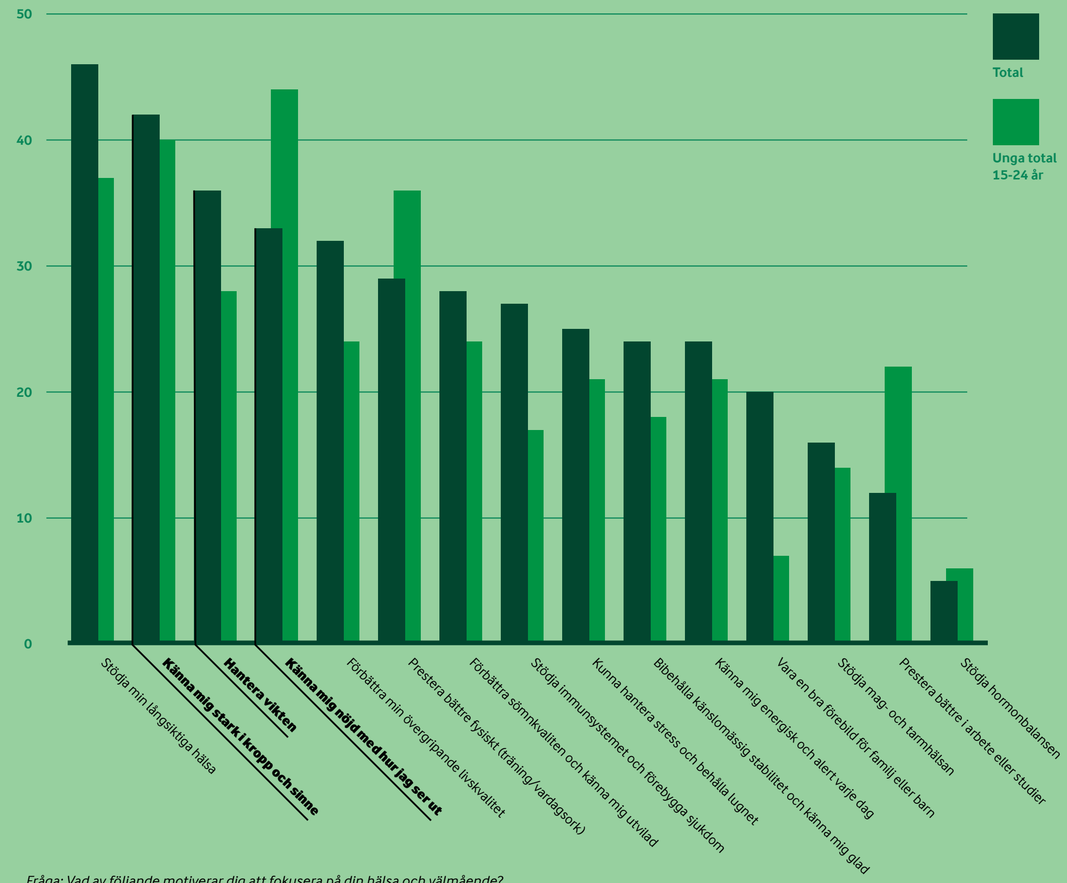
48%

58%

Bland unga (15–24 år) är det ännu fler som fokuserar på att få i sig protein: 58 procent.

Styrka och vikthantering motiverar hälsofokus

Näst efter viljan att stödja sin långsiktiga hälsa kommer aspekter som rör kropp, vikt och utseende.



Fråga: Vad av följande motiverar dig att fokusera på din hälsa och välmående?

3 snabba: Elin Boll

ELIN BOLL
Titel: Senior Scientist Nutrition & Health, Arla
Bakgrund: Disputerad nutritionsexpert



Var tredje svensk uppger att de inte känner sig trygg eller nöjd med sin kropp. Hur tolkar du det i relation till dagens hälsoideal?
– Jag tänker på vardagens ständiga flöde av information kring perfektionism – i kombination med att diskussioner om kost och livsmedel ofta fokuserar på vad man inte ska äta, vad enskilda livsmedel *inte* innehåller. Sammantaget skapas ett negativt budskap om mat och kroppar. Jag skulle vilja vända på konversationen. Det finns tydlig forskning som visar att den enskilt största insatsen vi kan göra för vår hälsa är att faktiskt äta mer av vissa saker, som exempelvis fullkorn och grönsaker[1]. Genom att få i oss mer av de livsmedel och näringsämnen som vi vet vi får för lite av, så kommer vi generellt även att minska på det vi vet att vi äter för mycket av. Jag hoppas på en win-win helt enkelt!

Protein är det näringsämne flest svenskar aktivt uppger att de prioriterar, särskilt bland unga. Vad signalerar det?
– Det finns ytterst få unga som faktiskt rent hälsomässigt behöver extra protein – tvärtom är det framför allt bland den åldrande befolkningen som ett ökat fokus på, och intag av, protein är relevant. Men det allmänna intresset för protein indikerar ändå något positivt; att fokusera på att äta mer av något skapar en rörelse bort från det negativa samtalsfokuset kring mat. Utmaningen i denna diskussion är att inte landa varje diskussion i proteintillskott som lösning, utan fokusera på riktig, vanlig mat och därmed successivt inkludera en diskussion om goda matvanor och hälsosamma kostmönster.

Många upplever att de misslyckas med sin viktreglering. Var uppstår utmaningen, enligt din erfarenhet?
– När suget väl har fått fäste är det lätt att hitta lösningar i snabba, tomma kalorier, som inte bidrar positivt till vare sig viktkontroll eller en känsla av mental styrka. Det blir en ond spiral som kan vara väldigt svår att ta sig ur. Utmaningen blir att ändra på riktningen, att successivt förstå hur tex de matmiljöer vi har runt omkring oss som formar våra matval. Om vi skulle kunna få in nyttiga, hälsosamma val som den snabba, enkla och tillgängliga lösningen, som samtidigt är attraktiv för målgruppen och fyller de smakpreferenser som eftersöks, då börjar vi närma oss en spännande förändring.

1. Global Burden of Disease, IHME.

Arla®

FEED LIFE™