

LÖPARBAROMETERN

2025



VÄLKOMMEN TILL LÖPARBAROMETERN 2025!

Vi som jobbar på Löplabbet har en nära relation till löpning, och vi lever efter vår devis "av löpare, för löpare" - men vi är fortsatt vetgiriga och vill lära oss mer för att fördjupa vår kunskap.

Löpning har under det senaste decenniet utvecklats till en bred folkrörelse. I parker, på stadsgator och i skogsterräng ser vi människor i alla åldrar snöra på sig löparskorna. Det som en gång betraktades som en individuell motionsform har blivit en självklar del av vardagen för många svenskar - oavsett om drivkraften är hälsa, prestation eller gemenskap.

I Löparbarometern 2025 vill vi kartlägga svenskarnas löpvanor, motivation och träningsmönster. Vi baserar våra insikter på en undersökning med över två tusen statistiskt utvalda respondenter, genomförd av opinions- och marknadsundersökningsföretaget YouGov på uppdrag av Löplabbet.

Ett av resultaten som talar sitt tydliga språk är att 33 procent av de svenskar som löptränar gör det oftare idag än för ett par år sedan.

Det säger något om hur stor löpningen har blivit.

Till vår hjälp för att visa på löparvärldens utveckling har vi också en äldre undersökning om svenska folkets löparvanor som vi lät göra redan 2018. Jämför vi den undersökningen med årets ser vi att andelen som löptränar minst en gång i veckan har ökat med över 40 procent under de åren.

Utöver att presentera färsk siffror om löpningens utveckling i Sverige innehåller årets rapport även Löplabbets trendspaning, baserad på vår samlade expertis inom fältet. Vi lyfter fram fyra tydliga trender som speglar hur löpningen förändras över tid och eventuellt även större samhällsförändringar.

Vi hoppas att Löparbarometern 2025 ska ge nya insikter och väcka intresse för en träningsform som tycks ha en självklar plats i svenskarnas liv.

Vi önskar dig trevlig läsning!

Bjarne Koning
Chief Digital Officer & Marketing



HUR OFTA LÖPTRÄNAR SVENSKEN?

**Vi frågade ett statistiskt urval svenskar
"Hur ofta löptränar du?"**

Svenskar är ett tränande folk, 3 av 4 svenskar tränar regelbundet enligt YouGovs undersökning. Men hur ofta löptränar då svensken? Vi valde att fokusera på de som löptränar minst en gång i veckan.

Svaret är att så många som 27 procent löptränar minst en gång i veckan, alltså fler än var fjärde svensk.

2018 var samma andel 19 procent, med andra ord en ökning med hela 42 procent (en ökning med 8 procentenheter). Det råder alltså inga tvivel om att löpning växt sig riktigt stark på senare år.

27%

LÖPTRÄNAR MINST EN
GÅNG I VECKAN 2025

19%

LÖPTRÄNADE MINST EN
GÅNG I VECKAN 2018

NÄR LÖPTRÄNAR DU HELST?

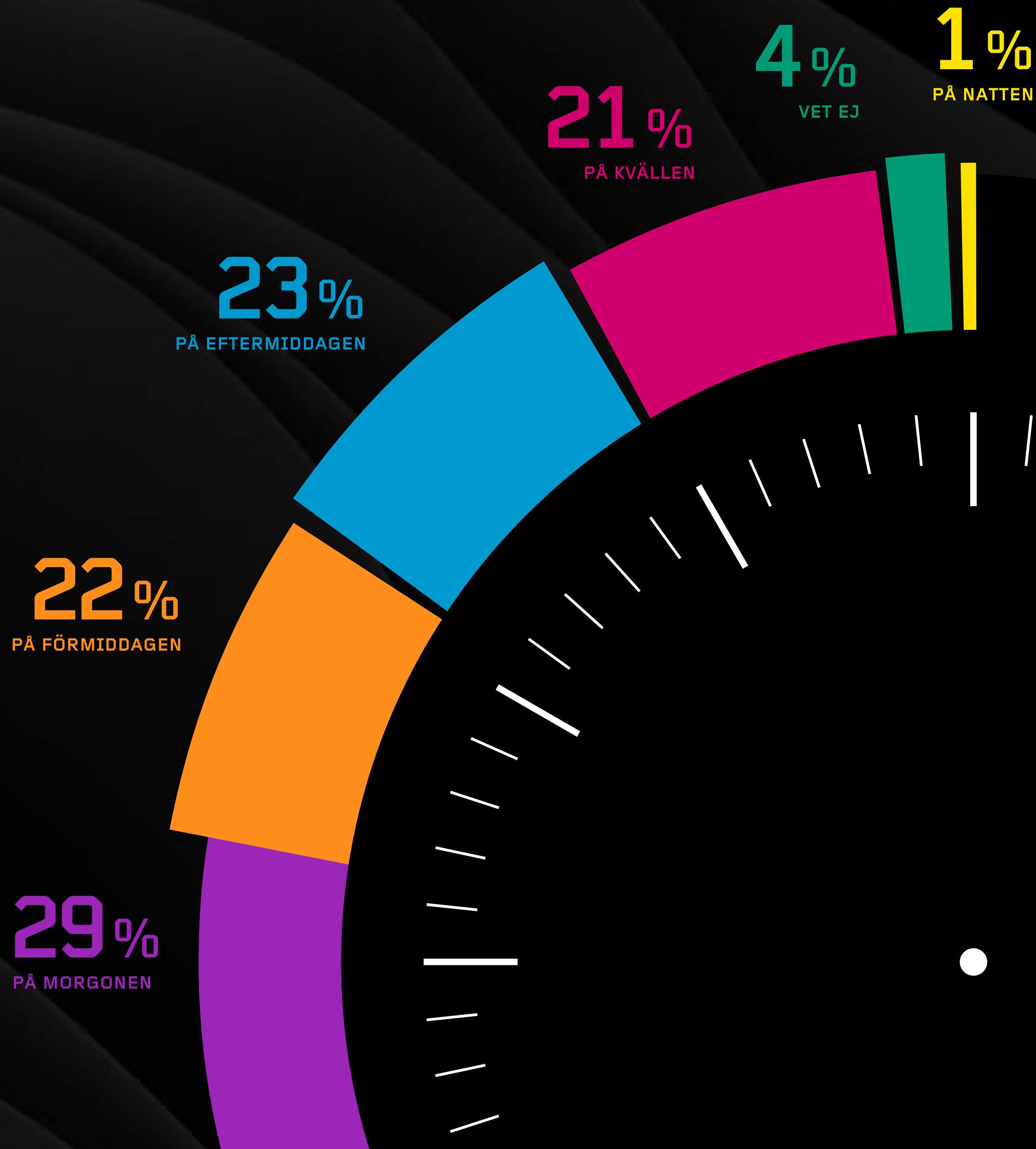
Vi ställde frågan "När under dygnet löptränar du helst?" till den löptränande delen av svenska folket.

Svaren varierar som synes ganska jämnt fördelat över dagen, men morgonen verkar vara en favorit, hela 29 procent föredrar att löpträna när dagen tar sin början. Denna tid på dagen är också mest populär i åldersgruppen 30-39 år. Fler kvinnor (35 procent) än män (23 procent) föredrar morgonen.

Att löpträna på förmiddagen är mest populärt bland 30-plussarna.

Eftermiddagen är näst mest populära tiden att löpträna, och det är de yngsta (18-29 år) och 60-plussarna som helst springer då.

Kvällarna är allra populärast hos de i åldern 50-59 år, och män springer i större utsträckning än kvinnor under dagens senare del.



DEM LÖPTRÄNAR DU HELST MED?

Vi frågade sedan den löptränande delen av befolkningen: "Vem löptränar du helst med?"

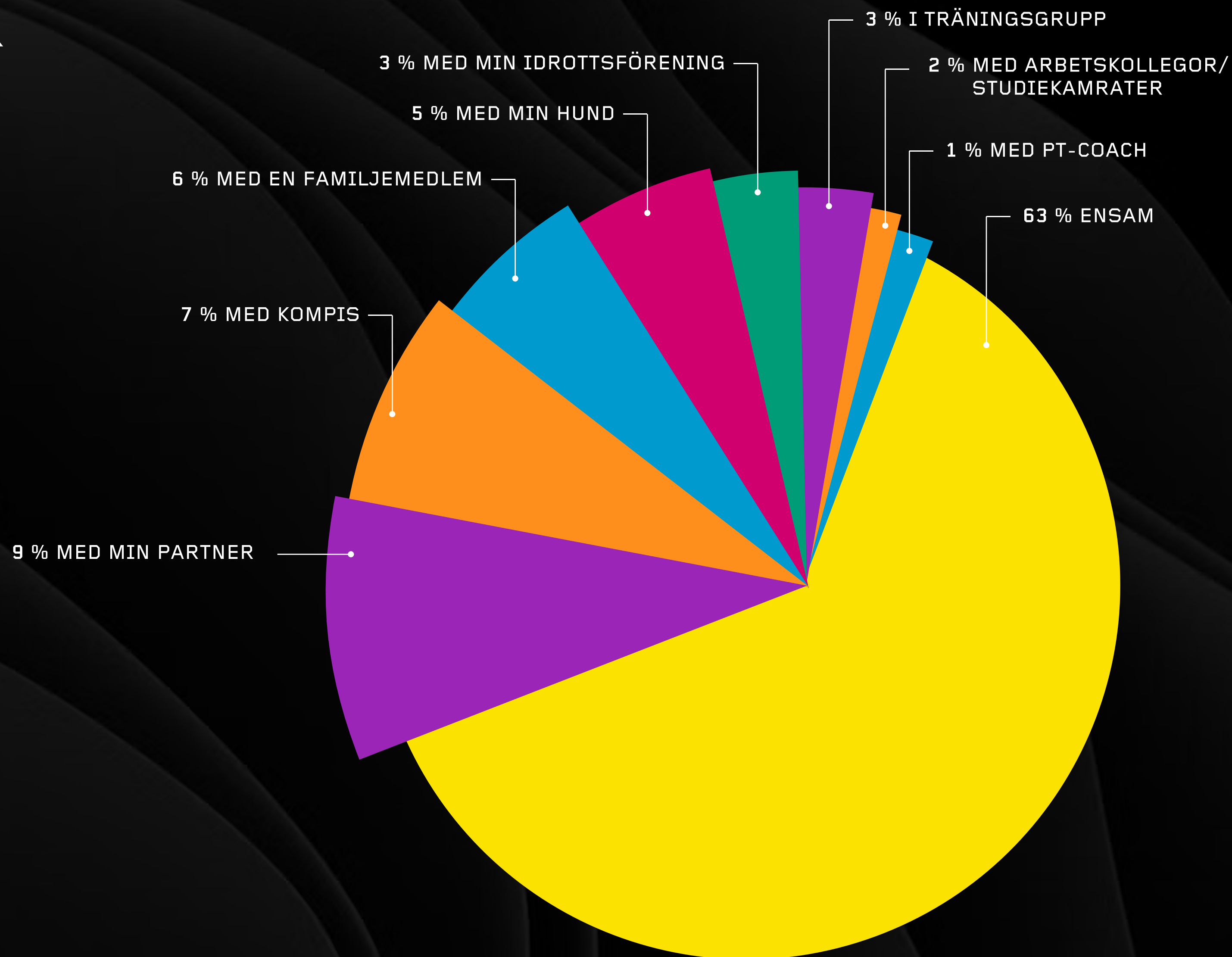
Vanligaste svaret på den frågan att man helst springer ensam - det svaret gav 63 procent av de tillfrågade (2018 svarade 73 procent samma sak), en nedåtgående trend således.

Löpträna man inte ensam tar man helst med sig i tur och ordning sin partner (9 procent), en kompis (7 procent), en familjemedlem (6 procent) eller sin hund (5 procent).

Ålderskategorin 18-29 år väljer i mycket större utsträckning att träna med sin partner (15 procent) eller en familjemedlem (15 procent) än andra ålderskategorier.

De åldersgrupper som däremot helst springer ensamma är 40-49 år och 60-plussarna, 82 procent för både grupperna.

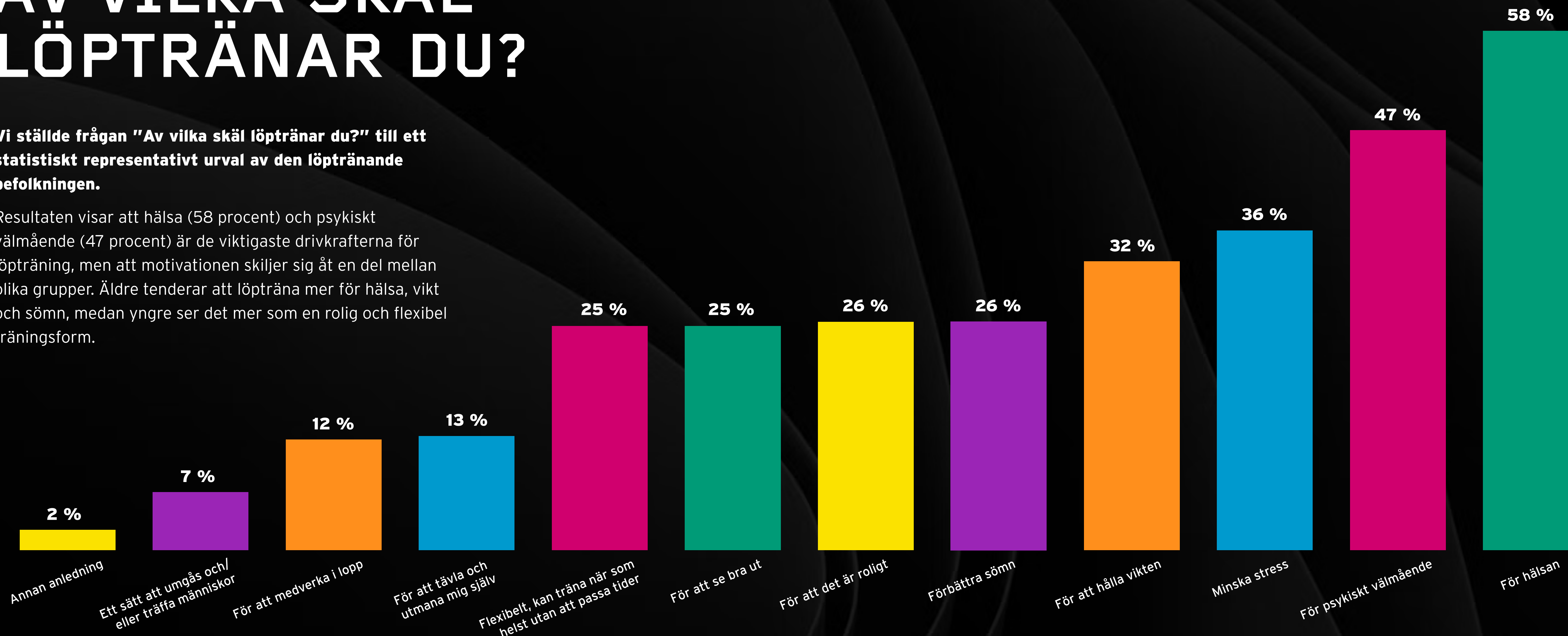
Andelen som helst springer i grupp är inte så stor, men har fördubblats sedan vi frågade samma sak 2018.



AV VILKA SKÄL LÖPTRÄNAR DU?

Vi ställde frågan "Av vilka skäl löptränar du?" till ett statistiskt representativt urval av den löptränande befolkningen.

Resultaten visar att hälsa (58 procent) och psykiskt välmående (47 procent) är de viktigaste drivkrafterna för löpträning, men att motivationen skiljer sig åt en del mellan olika grupper. Äldre tenderar att löpträna mer för hälsa, vikt och sömn, medan yngre ser det mer som en rolig och flexibel träningsform.



HÄLSA är den vanligaste anledningen att löpträna men i åldersgruppen 60+ är det allra vanligast (79 procent).

PSYKISKT VÄLMÄENDE är en viktig drivkraft och andelen är högre bland kvinnor (50 procent) jämfört med män (44 procent).

HÅLLA VIKTEN är en vanlig anledning, särskilt för äldre löpare (47 procent i åldersgruppen 50-59 år och 35 procent i 60+).

TÄVLING lockar främst de yngre, i åldrarna 18-29 år och i denna grupp är också löpning för umgänges skull vanligt.

FÖRBÄTTRA SÖMNEN motiverar främst de äldre, bland 40-49-åringar (34 procent) och 50-59-åringar (34 procent).

LÖPARBOOM I SVERIGE!

Vi frågade också den löptränande delen av befolkningen om de kände igen sig i det här påståendet: "Jag löptränar mer idag än för ett par år sedan".

Resultatet talar sitt tydliga språk: så många som 33 procent instämde i det påståendet.

Andelen löptränande svenskar som tränar minst en gång i veckan har ju som vi tidigare visat ökat med 42 procent mellan åren 2018 till 2025 så vi kan med dessa fakta i målet bestämt slå fast att vi sett en löparboom i Sverige.

33%

LÖPTRÄNAR MER IDAG
ÄN FÖR ETT PAR ÅR SEDAN

VIKTIGT ATT DELA LÖPARRUNDOR I SOCIALA MEDIER?

Vi frågade den löptränande befolkningen i landet om man kände igen sig i påståendet "Det är viktigt för mig att dela löparrundor i sociala medier eller appar".

Resultatet visar att var tionde som löptränar tycker att det är viktigt att dela sin löpträning i sociala medier. Denna andel är högre i åldersgruppen 18-29 år (14 procent) och 30-39 år (15 procent). År 2018, när vi ställde samma fråga, var det 3 procent som svarade att det var viktigt att dela träningen i sociala medier.



10%

**TYCKER ATT DET ÄR VIKTIGT
ATT DELA LÖPARRUNDOR I
SOCIALA MEDIER ELLER
APPAR.**

HUR ANVÄNDER DU TEKNISKA HJÄLPMEDEL?

En stor majoritet använder till exempel löparklocka, men HUR och VARFÖR använder man den sortens tekniska hjälpmedel? Det ville vi ta reda på, och frågade därför den löptränande delen av befolkningen om de kände igen sig i två påståenden om huruvida tekniska hjälpmedel (klockor eller appar) används för att göra träningen roligare respektive om man använder tekniska hjälpmedel för att utvecklas som löpare?

Hela 27 procent, fler än var fjärde som löptränar, instämde i att tekniska hjälpmedel utvecklar löpningen, och allra flest höll med om detta i gruppen 40-49 år (31 procent) men signifikant färre i åldern 60+ (19 procent).

26 procent av de som löptränar regelbundet tycker att tekniska hjälpmedel gör löpningen roligare - således fler än var femte svensk som löptränar regelbundet känner så. Den åsikten är särskilt utbredd i åldersgruppen 18-29 år (34 procent) men signifikant lägre bland de som är 60+ (18 procent).

27%

ANVÄNDER TEKNISKA HJÄLPMEDEL FÖR ATT UTVECKLAS SOM LÖPARE OCH HÅLLA KOLL PÅ SINA RESULTAT.

26%

ANVÄNDER TEKNISKA HJÄLPMEDEL FÖR ATT GÖRA TRÄNINGEN ROLIGARE

VIKTIGT MED SNYGGA TRÄNINGSKLÄDER?

Vi frågade också om man kände igen sig i påståendet "Det är viktigt för mig att ha snygga träningskläder när jag löptränar", och så många som **19 procent** höll med om detta.

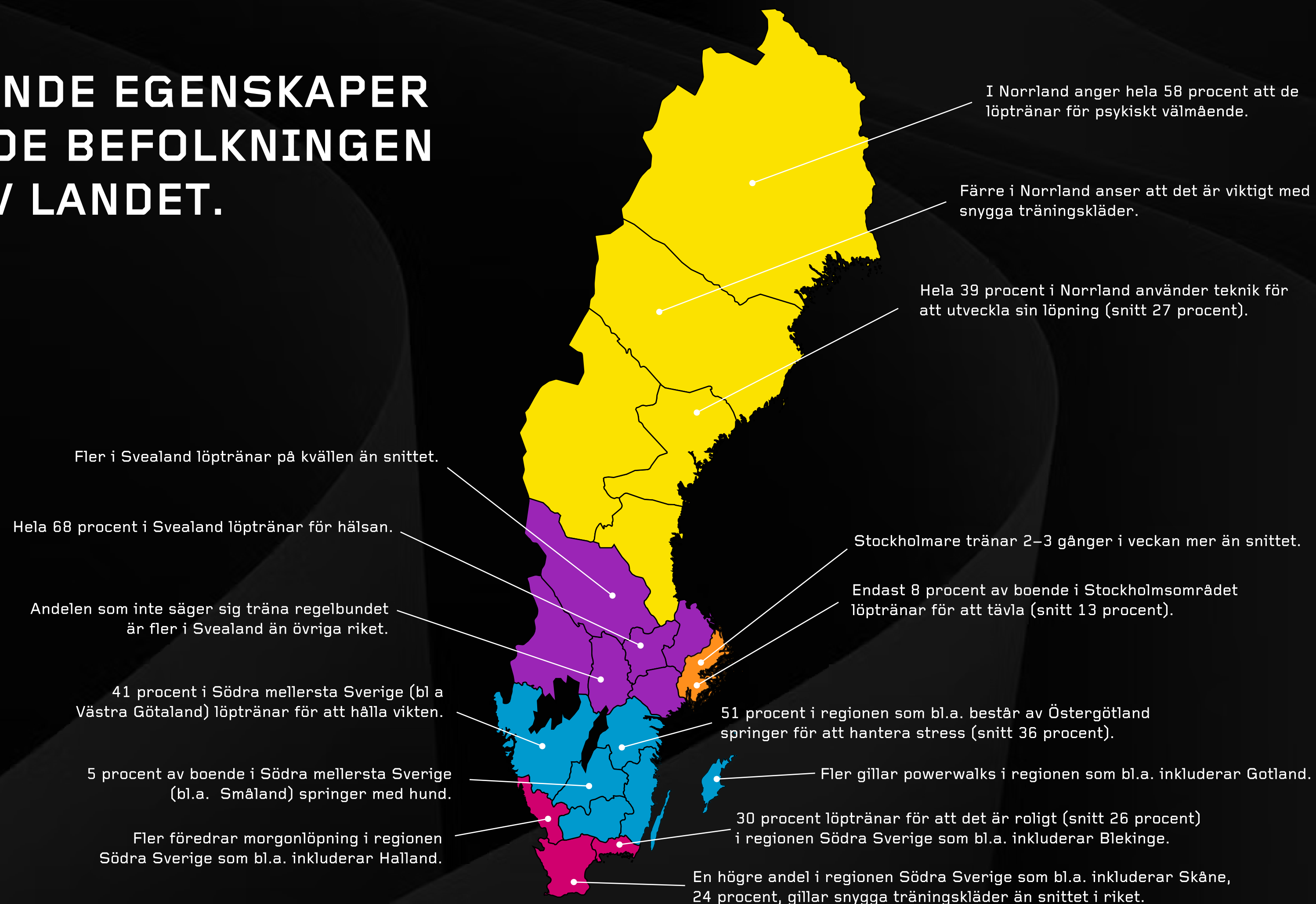
Andelen är högst bland 30-39-åringar (24 procent) men markant lägre i gruppen 60+ (7 procent).



19%

TYCKER ATT SNYGGA TRÄNINGSKLÄDER ÄR VIKTIGT PÅ LÖPRUNDAN.

NÅGRA UTMÄRKANDE EGENSKAPER FÖR LÖPTRÄNANDE BEFOLKNINGEN I OLIKA DELAR AV LANDET.



YOUNGOV DELAR IN RIKET I FÖLJANDE REGIONER:

■ Norra Sverige (Norrland): Gävleborgs län, Västernorrlands län, Jämtlands län, Västerbottens län Norrbottens län

■ Stockholm: Stockholms stad och län

■ Norra mellersta Sverige (Svealand) Värmlands län, Örebro län, Västmanlands län, Dalarnas län, Uppsala län, Södermanlands län

■ Skåne, Halland och Blekinge: Blekinge län, Skåne län, Hallands län

■ Södra mellersta Sverige: Östergötlands län, Jönköpings län, Kronobergs län, Kalmar län, Gotlands län, Västra Götalands län

LÖPTRENDER 2025: 4 SPANINGAR OM SVENSKA FOLKETS LÖPARVANOR

Löpning har aldrig varit större i Sverige - vi kan definitivt tala om en ren löparboom. Allt fler springer och i takt med denna utveckling har löpning kommit att förknippas med långt fler aspekter än enbart träning.

Löpning har blivit en inkluderande träningsform som väldigt många svenskar har en nära relation till. Man kan till och med prata om löpning som en livsstil som påverkar allt från sociala relationer till mode och teknik.

Här är de fyra starkaste trenderna inom svensk löpning just nu:

1. Rekordrusning till stora lopp
2. Unga kvinnor leder löparboomen
3. Löpning som social rörelse
4. Löparspåret - den nya catwalken?

På följande sidor kan du läsa mer utförligt om våra trendspaningar.



1

REKORDRUSNING
TILL STORA LOPP

Löpartävlingar lockar fler deltagare än på länge. Efter några tuffa år under pandemin har motionsloppen gjort comeback med rekordmånga anmälningar.

Under 2024 har flera av Sveriges största lopp slagit nya rekord. Stockholm Marathon sålde slut på 23 000 platser, det högsta antalet någonsin. Förra året lockade Göteborgsvarvet 50 000 anmälda och för första gången på länge blev loppet fullbokat. Lidingöloppet har ökat med 30 procent och hade föregående år fler än 30 000 anmälda.

|| DET BARA SMÄLLDE TILL I BÖRJAN AV 2024 OCH HÖLL I SIG HELA ÅRET, VI HAR INTE SETT MAKEN TILL NÅGOT LIKNANDE, DET VAR SUPERHÄFTIGT.

Lotta Gustafsson, butikschef Löplabbet Kungsgatan, Stockholm


2

UNGA KVINNOR LEDER LÖPAR- BOOMEN

Unga kvinnor tar en allt större plats inom löpträningsvärlden. Sociala medier och en mer inkluderande löparkultur har gjort att unga kvinnor ser löpning som en naturlig del av sin livsstil.

Enligt populära appen Stravas årsrapport har medlemskapet i löparklubbar bland kvinnor ökat med 89 procent globalt. I Sverige ser vi samma trend, där allt fler unga kvinnor anmäler sig till lopp och går med i löpargrupper. Lidingöloppet rapporterar en 86-procentig ökning av anmälda i åldern 18-24.

Men det är inte bara unga kvinnor som hittar till löpningen. Även unga män i åldern 18-30 står för en av de mest markanta ökningarna i löparstatistiken. Löpning har blivit en del av en bredare träningskultur, där styrketräning och kondition går hand i hand.

A woman with long dark hair in a ponytail, wearing a white visor and a light blue athletic t-shirt, is running outdoors on a grassy path. She is smiling and looking towards the camera. The background is a blurred green landscape with trees.

” DET ÄR EN STOR FÖRÄNDRING, MAN SER SÅ MÅNGA FLER UNGA KVINNOR BÅDE I BUTIKEN OCH I SOCIALA MEDIER SOM INTRESSERAR SIG FÖR LÖPNING JÄMFÖRT MED FÖR NÅGRA ÅR SEDAN.

Anton Lundin, ansvarig E-handel/utbildning, Löplabbet Umeå

3

LÖPNING SOM
SOCIAL RÖRELSE

NUMERA FUNGERAR BUTIKERNA MER SOM EN HUB DÄR FOLK INTE BARA VILL KÖPA SINA NYA SKOR UTAN ÄVEN TRÄFFAS FÖR ATT PRATA LÖPNING, ALLT FLER LÖPARGRUPPER BILDAS OCH DE HAR MER TONVIKT PÅ UMGÄNGE ÄN PRESTATION.

Jens Lindblom, butikschef Löplabbet Kungsholmen, Stockholm

Löpning har blivit en social rörelse. Förr var löpargrupper främst fokuserade på prestation, men i dag handlar det lika mycket om gemenskap, nätverkande och till och med dejting.

En bidragande orsak till detta fenomen är den tekniska utvecklingen som bidrar till gemenskapen genom appar och sociala medier. Appen Strava fungerar nästan som en social plattform för löpare, där man kan följa varandra och ge kudos för genomförda pass. Många delar sina rundor på Instagram och Tiktok, och det är allt vanligare att löpning avslutas med en gemensam frukost eller kaffe.

4

LÖPARSPÅRET – DEN NYA CATWALKEN?

Löpning är inte längre bara en träningsform och sportgren, det är en stilmärk, och modebranschen har fått upp ögonen för den trendiga löparlooken. Det handlar inte längre om att bara springa – det ska göras med stil!

Philip Warkander, modeforskare vid Lunds universitet, har beskrivit hur löpargruppen har blivit en slags exklusiv gemenskap. Att bära rätt löparkläder och dela sin löpning på sociala medier har blivit en del av en urban livsstil. Löparskor från nischade märken som Soar och Satisfy blandas med high fashion, och kändisar som tidigare inte förknippats med träning visar upp sin löpning på Instagram.

I Löparbarometerns undersökning visade det sig också att 19 procent anser att det är viktigt att ha snygga träningskläder när de löptränar.



LÖPNINGEN HAR FÅTT EN YNGRE PUBLIK OCH DET HAR BLIVIT VIKTIGARE ATT UTRYCKA VEM MAN ÄR SOM LÖPARE, LIKT SKATE-KULTUREN, DÄR KLÄDER OCH STIL/UTTRYCK SPELAR STOR ROLL.

Bjarne Koning, Chief Digital Officer & Marketing, Löplabbet, Göteborg



KÄLLA

2025 års undersökning är genomförd av opinions- och marknadsundersökningsföretaget **YouGov**. Under perioden 14-22 februari 2025 har sammanlagt 2 035 intervjuer genomförts via internet med 18+.

2018 års undersökning gjordes av **Novus** med totalt 1 084 intervjuer genomförda under perioden 28 februari - 7 mars 2018.

KONTAKTUPPGIFTER

Bjarne König, Chief Digital Officer & Marketing

E-post: bjarne@loplabbet.se

PRODUKTION

Löparbarometern 2025 är framtagen av Löplabbet i samarbete med kommunikationsbyrån **Welcom**.