



Mixrapporten

Så väljer, delar och upplever
svenskarna sin godismix 2026

Sverige går även till godisval 2026!

När svenskarna kliver fram till godishyllan är det nästan som en folkomröstning i miniformat – för få saker väcker lika starkt engagemang som godis. Trots att intresset för lösgodis har ökat explosionsartat köper majoriteten av svenska hushåll fortfarande förpackat godis*. Här väcker varje favoritbit – och varje undvikas-till-varje-pris val – känslor, diskussioner och ibland till och med principfrågor. Det här engagemanget har dessutom blivit allt tydligare på senare år, inte minst i sociala medier.

Mixrapporten, en riksrepresentativ undersökning framtagen av Sifo på uppdrag av Gott & Blandat, samlar hela denna söta och salta opinion på ett ställe.

Här fångar vi **preferenserna, beteendena och de små men talande prioriteringarna** som sticker ut när svenska folket väljer sin färdigförpackade godispåse i hyllorna runt om i vårt avlånga land.

Det är här sött möter salt, nostalgiker ställs bredvid nyupptäckare – och tillsammans visar vi vad **våra godisval egentligen säger om oss**.

Innehåll

Den svenska godiskulturen	sid. 4-5
Sammanfattning: Tre saker som sticker ut	sid. 6-7
när svenskarna går till godisval 2026	
Smaken delar oss - mixen förenar oss	sid. 8
Godispersonligheterna bakom våra val	sid. 9
De 5 godispersonligheterna	sid. 10-11
Stunden då godispåsen kan väcka debatt	sid. 12-13
Sveriges mest omdebatterade godistyper	sid. 14-15
Regionala skillnader	sid. 17
Hur ser framtidens godismix ut?	sid. 18-19
Om rapporten	sid. 20

Den svenska godiskulturen

I Sverige har relationen till godis vuxit fram genom små, välsmakande stunder som präglat generationer. På 1950-talet började många familjer samlas kring lördagsgodis – en delad stund som snabbt blev veckans lilla höjdpunkt, som fortfarande påverkar hur svenskar ser på godis i dag. Över godispåsen samlas vi och njuter av en vardagsritual som även på senare år blivit en del av den kollektiva benämningen fredagsmys.

Genom smaktester och virala klipp har svenskarnas godisval blivit ett oväntat internationellt samtalsämne – från butiker långt bortom Norden till ett bredare kulturellt intresse.

Svenskarnas långa godistradition är präglad av såväl nostalgi som nyfikenhet – men trots den gemensamma traditionen kring godis och det starka engagemanget finns det fortfarande tydliga vattendelare: Vilken smak dominerar egentligen bland favoriterna i godissverige? Vilket beteende är vanligare än vi tror när godispåsen öppnas? Vilken personlighetstyp dominerar godisvalet 2026?

Och kanske viktigast av allt: Tjuvstartar stockholmare eller malmöiter mest när godispåsen öppnas?

Det har vi tagit reda på.

Varmt välkommen till Mixrapporten!



Tre saker som sticker ut när svenskarna går till godisval 2026

Smakfrågan delar Sverige mest, mixen enar

Svenskarna är långt ifrån överens om vad som ska dominera i en godismix. Olika smakprofiler skapar tydliga preferenser mellan generationer och regioner och blir därmed den mest omdiskuterade frågan. Vissa smaker engagerar starkare än andra och formar tydliga "väljarblock" i godishyllan.

Beteendena som skapar de största godisdramerna

Bakom varje godispåse finns små taktiska val: vem tar först, sparar man favoriterna till sist eller plockar dem direkt – och hur reagerar vi när någon annan tar vår bit? De här ögonblicken har visat sig vara mer varierande än man kan tro.

De fem godispersonligheterna

Svenskarna faller in i fem tydliga godispersonligheter med olika drivkrafter och preferenser.

Tillsammans ger de en ny bild av hur befolkningen faktiskt navigerar kring en godismix, där preferenserna följer tydliga mönster.



Smaken delar oss – **mixen förenar oss**

Många kan nog känna igen de bevingade orden "en blandning av sött och salt", men vilken smakprofil föredras av svenska folket – och vad sticker ut?


Färdigförpackade mixpåsar köps i störst utsträckning för att delas. När godispåsen öppnas visar det sig att svenskarna har tydliga preferenser. I undersökningen fick svenska folket ta ställning till vilket "lag" de anser sig tillhöra när det gäller de traditionella smakprofilerna Sött & Fruktigt, Salt och Surt. När rösterna räknats visade resultatet sig vara jämnare än väntat.

Svenskarnas tydliga besked: Magin ligger i mixen

Trots tydliga skillnader i smakpreferenser är svenskarna mer eniga än man kan tro. Hälften anser att en bra mix av olika smaker är det allra viktigaste i slutändan. Smaken kanske delar oss – men magin i mixen förenar oss.



Smakprofilen sött & fruktigt är den mest föredragna, med närmare 40 %



Sett till den breda befolkningen föredrar 22% Sura smaker och utmärker sig som de yngre konsumenternas favorit. I åldrarna 18–34 år, anser 38 % att surt godis är det bästa.



Salt lockar omkring 1 av 4 av befolkningen och är särskilt uppskattad bland personer över 50 år.

Godispersonligheterna bakom våra val

När godispåsen inhandlas – och sedan öppnas – handlar det inte bara om smak

Våra insikter avslöjar att svenskarna nästan formerar sig i distinkta godispersonligheter – grupper som fångar upp, tydliggör och personifierar våra olika preferenser och strategier när vi väljer (och äter) vår mix.

Tillsammans tecknar dessa personligheter en tydlig bild av varför just en godismix kan väcka så mycket engagemang: från de som står stadigt bakom de välkända och etablerade klassikerna, till de som röstar för nyheter, variation eller specifika konsistenser.

Låt oss titta närmare på vilka godispersonligheter som sticker ut – och vad som kännetecknar dem!



Bonusinsikt! Variationen viktigast för närmare varannan svensk när de köper godis (45%)

De 5 godispersonligheterna

BALANSÄLSKAREN utmärker sig som Sveriges mest dominerande godispersonlighet. Föga förvånande är runt en fjärdedel av den svenska befolkningen det vi valt att kalla balansälskare – karaktärer som uppskattar en godismix där flera olika smaker och komponenter ryms, sida vid sida.

För dem är det viktigt att påsen erbjuder variation: olika smakbilder – från sött och salt – till olika konsistenser – segt till mjukt.

De trivs bäst när mixen känns genomtänkt och erbjuder flera upplevelser i samma förpackning.

KLASSIKERKÄNNAREN är den andra största godispersonligheten. Det som framför allt utmärker den här personligheten är en tydlig uppskattning för välkända och etablerade bitar i en godismix. En av fyra anser sig vara en klassikerkännare.

Klassikerkännaren tenderar att värdera igenkänning högt och föredrar att mixen innehåller smaker och komponenter som funnits länge och upplevs som "riktiga klassiker".

För den här gruppen spelar det en viktig roll att de mest ikoniska bitarna fortsätter vara en självklar del av påsens innehåll.

Runt var tionde svensk är en **NYFIKEN UTFORSKARE**. De utmärks av en större nyfikenhet på nyheter och limited editions. Smakexperiment och nytänkande kombinationer tenderar att fånga deras uppmärksamhet mer än något annat.

En av tio är en typisk **KONSISTENSKONNÄSSÖRER**. Här är det framför allt känslan i tuggen som spelar roll. Variation mellan mjukt, krispigt, segt eller sprött kan göra en stor skillnad för hur en godismix upplevs. Rätt textur är en viktig del av helheten.

Cirka var sjätte svensk är en **SMAKENTUSIAST**. Det som kännetecknar smakentusiasten är en stark dragning till att upptäcka nya smaker – gärna oväntade kombinationer eller godismixar där många olika smakprofiler samlas. De uppskattar godispåsar som känns dynamiska, mångsidiga och "roliga".

” **Mixrapporten visar att valet av färdig godispåse inte bara handlar om smak, utan om personlighet. Preferenser för balans, igenkänning eller nyfikenhet avgör vilken mix som lockar mest.**

– Sofia Nordenhem, skandinavisk varumärkesansvarig hos Cloetta.



Bonusinsikt! **36 %** av svenska befolkningen tycker att det är viktigt att klassiker finns kvar när de köper godis.



1 av 3 anser att konsistens (för hårt, för mjukt, för segt etc.) kan vara en dealbreaker när de väljer godis, baserat på deras personliga preferenser.

Stunden då godispåsen kan väcka debatt

När godismixen delas uppstår ibland små men tydliga skiljelinjer.

Preferenser krockar, taktiker ställs mot varandra och favoriterna kan försvinna snabbare än någon hinner protestera. Plötsligt blir den där påsen – som skulle stå för ren njutning – kvällens mest engagerande diskussionspunkt.

Närmare hälften av svenskarna (45 procent) blir irriterade, allt från lite småsur till rejält besviken, när någon annan tar deras favoritbit ur godismixen.

Samtidigt ser närmare en tredjedel av befolkningen till att knycka sina favoriter direkt (29 procent). Fler män än kvinnor föredrar att blanda alla godisbitar (49 procent), medan kvinnorna är mer benägna att plocka ut favoriterna först, innan de hugger in på resten av innehållet.

Och ja – tjuvstartare finns det gott om där ute. 12 procent tjuvstartar alltid eller ofta, och hela 43 procent har en tendens att göra det ibland – innan alla har fått möjlighet att kika i påsen. Främst är det unga i åldrarna 18–34 år som tjuvstartar.

Det är helt enkelt receptet på kvällens mest engagerande mikrodramer.



Är du en tjuvstartare som gillar lakrits?
Då kan du komma undan lättare!
Var femte svensk tycker nämligen att lakrits är
det mest överskattade i godismixar.

Sveriges mest omdebatterade godistyper

Lakrits – den tydligaste och mest polariserande smakfrågan

Lakrits utmärker sig som den mest polariserande godissorten och här skiljer sig preferenserna rejält. Många lyfter att lakrits gärna får ligga separat eller i en egen mix, eftersom den anses kunna påverka smaken på andra bitar i påsen. Andra uppskattar lakrits just för att den ger variation.

Nyckelinsikt: Lakrits är en smak som engagerar – men på olika sätt.
Unga tenderar att rata lakrits i större utsträckning än äldre.

Skum och marshmallow – en konsistens som engagerar

Skumgodis och marshmallow dyker ofta upp i svaren som en kategori där preferenserna skiljer sig åt. För vissa är skumgodis en självklar del av en godismix: mjukt, balanserande och nostalgiskt. För andra passar skum bättre separat, eftersom man förknippar mixpåsar med mer tuggmotstånd eller gelé- och vingummiliknande godisbitar.

Flera lyfter också att skumgodis kan kännas volymskapande i en blandad påse, vilket gör att vissa föredrar en mix där de mjuka bitarna inte dominerar. Andra ser just variationen i konsistens som en viktig del av en bra mixupplevelse.

Nyckelinsikt: Skumgodis visar tydligt att konsistens spelar stor roll för hur en godismix upplevs – en del vill ha mjukt, andra vill ha mer tuggmotstånd.

Surt och syrligt – en smakprofil som delar befolkningen

Sura godisar lyfts ofta som något man antingen gärna vill ha mer av eller gärna vill hålla för sig. Anledningen är ofta praktisk: godisbitar med sura och sockrade överdrag upplevs som något som kan "vandra" i påsen och påverka andra smaker.

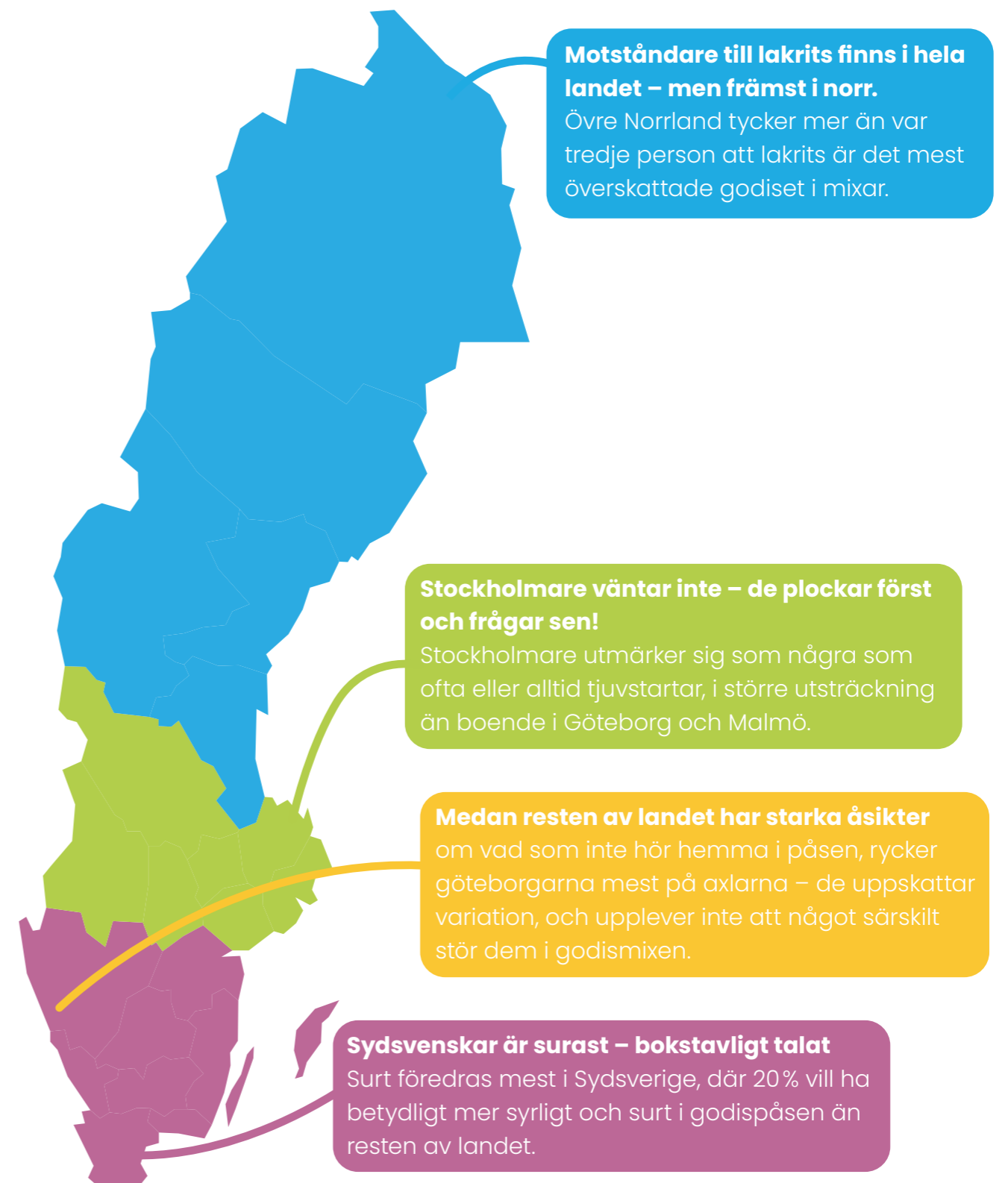
Nyckelinsikt: Surt godis uppskattas av många, men flera föredrar att det inte blandas med andra smakprofiler i påsen.





Regionala skillnader

Skiljer sig våra godisval beroende på var i landet vi bor?
Detta utmärkte sig mest!





Hur ser **framtidens godismix** ut?

Vad vill svenska befolkningen se mer och mindre av i framtidens godispåsar?

Yngre och storstadsbor vill se fler veganska godisalternativ

Bland yngre konsumenter (särskilt 18–29 år) stiger intresset märkbart för veganska alternativ, och når de högsta nivåerna i befolkningen. Veganska alternativ efterfrågas även i större utsträckning i storstadsregionerna.

Generation Nyfiken: Unga godisfantaster vill ha mer inflytande generellt

Våra insikter visar att cirka 20 procent av 18–34 åringarna vill ha mycket eller väldigt mycket inflytande över framtidens godismixar – högre än genomsnittet i befolkningen där motsvarande siffra är 17 procent. Yngre efterfrågar framför allt mer variation, mer sura och syrliga smaker och fler nyheter som utmanar traditionella produkter.

Lakrits den största vattendelaren i godismixarna

Lakrits fortsätter att vara Sveriges mest polariserande godis. I rapportens fråga om vilket godis som är mest överskattat i en mixpåse placerar sig lakrits i topp. Motsättningarna syns dock tydligt mellan olika åldersgrupper. Yngre konsumenter tenderar att rata lakrits i betydligt högre grad, medan äldre i större utsträckning uppskattar smaken. Det gör lakrits till en godissort som sällan lämnar någon likgiltig.

Många vill se klassiker i nya tappningar

En betydande del av befolkningen gillar tanken på att ikoniska bitar får nya twistar – här ser vi intresse från både yngre och äldre åldersgrupper.

Om rapporten

Om undersökningen

Undersökningen har genomförts av Sifo på uppdrag av Cloetta med varumärket Gott & Blandat. Den bygger på 1107 intervjuer bland den svenska allmänheten 18–79 år. Svaren har viktats på kön, ålder och region för att vara nationellt representativa. Sifopanelen är riksrepresentativt rekryterad utifrån slumpmässiga urval, under tidsperioden 13–16 mars 2026.

Om varumärket Gott & Blandat

Gott & Blandat lanserades 1979 och är i dag ett av Cloettas mest uppskattade varumärken i Skandinavien.

Namnet kommer från en tid då innehållet i påsen kunde variera beroende på vad som producerades i fabriken för stunden.

När Gott & Blandat snabbt blev en konsumentfavorit valde man att låta samma godissorter ingå i varje påse, även om proportionerna kunde variera. I dag är Gott & Blandat en älskad klassiker med ett brett utbud av söta, sura, salta och syrliga smaker – något för alla.

TERMINOLOGI

Godispåse, godismix: I rapporten syftar detta till en färdigförpackad godispåse, exempelvis Gott & Blandat.

Avgränsning kring Godis: Med godis avses i denna rapport förpackad sockerkonfektyr, det vill säga produkter som gelégodis och skumgodis i påse – inte chokladprodukter.



