



2021-10-28 14:42 CEST

Svenskarnas favoritgodis framröstat – Daim toppar listan

Svenskarna uppger Daim som sitt absoluta favoritgodis, tätt följt av Dumle och Ahlgrens bilar. Det visar en ny Sifo-undersökning genomförd av WW ViktVaktarna. Undersökningen visar vidare att chokladgodisar står högt i kurs bland äldre medan yngre lockas till mer färgglada sorter.

Svenskar är riktiga gottegrisar och har länge befunnit sig i toppskiktet av de länder som äter mest godis i världen. Nu närmar sig halloween – en högtid där godisätandet blivit en stor tradition. När WW ViktVaktarna låter Sifo ta reda på svenskarnas favoritgodisar toppar Daim listan med 28 procent, med Dumle och Ahlgrens bilar (24%) på delad andraplats. Därefter vill man helst ha sorter som Center och Polly (23%) i sina godispåsar.

Smaken skiljer sig däremot mellan åldrarna. Äldre gillar choklad medan yngre gillar vingummi och färgglatt gelégodis. Resultatet visar att 23 procent av svenskarna i åldern 18–34 år helst väljer det sura gelégodiset Bubblizz. Det ratas dock helt av åldersgruppen 56–79 år där endast två procent uppger detsamma. Platta persikor är också en favorit hos 21 procent av 18–34 åringarna, men bara bland sju procent av de i åldern 56–79.

– Torkad frukt och nötter är bättre snacks då de innehåller en hel del nyttigheter, till skillnad mot till exempel lösgodis, säger Karin Nileskog, kostexpert på WW ViktVaktarna.

Från undersökningen:

Vilket är ditt favoritmågodis?

Lys Melk (platta, runda chokladbitar med olika mönster) 10%

Tutti Frutti 12%

Geléhallon 12%

Hallon/lakritsskallar 19%

Persikor 12%

Center 23%

Dumle 24%

Ahlgrens bilar 24%

Polly 23%

Fruktnappar 10%

Sura Colanappar 14%

Bubblizz (sura, rosa/ljusblå geléflaskor) 11%

Häxvrål (lakritsstänger) 11%

Grodor Salmiak 8%

Kola 8%

Daim 28%

Colaflaskor 14%

Annan 18%

Äter inte godis 14%

Vet ej 5%

Bas 1134

Kontakt

Karin Nileskog, kostexpert på WW ViktVaktarna,
karin.nileskog@viktvaktarna.se, 076-782 61 62

Ulrika Ennen, VD på WW ViktVaktarna, ulrika.ennen@viktvaktarna.se,
073-364 15 74

Om undersökningen

Undersökningen genomfördes i Kantar Sifos webbpanel under perioden 13–15 september 2021. Totalt intervjuades 1134 personer i åldern 18–79 år. Webbpanelen är riksrepresentativt rekryterad utifrån slumpmässiga urval. Det förekommer ingen självrekrytering i Sifos webbpanel

Om WW ViktVaktarna

WW ViktVaktarna, internationellt kallat WW, tidigare Weight Watchers, är ett globalt hälsoföretag och världens ledande kommersiella viktminskningsmetod. Vi inspirerar miljontals människor till hälsosamma vanor i vardagen. Med vår digitala tjänst och genom personliga möten tar WW ViktVaktarnas medlemmar del av en hållbar livsstil och inspireras till god och nyttig mat, lustfyllda aktiviteter och ett sunt tankesätt. Med mer än fem decenniers erfarenhet av att skapa communities och en stark expertis inom beteendevetenskap strävar vi efter att inspirera till god hälsa för alla. För att läsa mer om WW ViktVaktarna och vår syn på en hälsosam livsstil, besök www.viktvaktarna.se

WW ViktVaktarna, internationellt kallat WW, är ett globalt hälsoföretag och världens ledande kommersiella viktminskningsmetod. Vi inspirerar miljontals människor till hälsosamma vanor i vardagen. Med vår [digitala tjänst](#) och genom [personliga möten](#) tar WW ViktVaktarnas medlemmar del av en hållbar livsstil och inspireras till god och nyttig mat, lustfyllda aktiviteter och ett sunt tankesätt. Med mer än fem decenniers erfarenhet av att skapa communities och en stark expertis inom beteendevetenskap strävar vi efter att inspirera till god hälsa för alla. För att läsa mer om WW ViktVaktarna och vår syn på en hälsosam livsstil, besök www.viktvaktarna.se