



Glassrapporten 2025

FÖRORD
Kan man bli lycklig av glass?

GLASSÅRET 2024
Svenska glassmarknaden i siffror

GLASSTRENDER
Vad vi kan förvänta oss av glassåret 2025

GLASSÅRET 2025
Årets fem glasstrender

UNDERSÖKNING
Svenska folkets glassvanor

UNDERSÖKNING
Sveriges godaste glass korad

SISTA SIDAN
Källor och kontakt

Glassrapporten 2025

Kan man bli lycklig av glass? Vi som lever och andas glass varje dag är övertygade om det! Glass är inte bara ett livsmedel – det är en känsla, en upplevelse, ett löfte om glädje. Den bär på minnen från barndomens somrar, firanden och de där små spontana stunderna av lycka när livet leker. Kanske är det just därför glass alltid har en särskild plats i våra hjärtan – vi förknippar den med det goda i livet.

I årets rapport har vi valt att fördjupa oss i detta fascinerande samband mellan glass och känslor. Tillsammans med undersökningsföretaget YouGov har vi ställt frågor till ett representativt urval av Sveriges glassälskare. Vi ville kartlägga hur glass påverkar oss på ett känslomässigt plan och vilka minnen och associationer som kopplas till glassätande.

Resultaten har vi samlat i **Glassrapporten 2025** – för femte året i rad presenterar vi vår analys av insikter och trender från såväl den svenska som globala glassmarknaden. Rapporten inleds dock med en återblick på hur glassförsäljningen i Sverige såg ut föregående år, baserad på Nielsens försäljningsstatistik från dagligvaruhandeln.

I årets trendspaning blickar vi framåt och presenterar fem trendspaningar för det kommande glassåret – baserade på omvärldsanalyser, input från livsmedelsindustrin och vår egna försäljningsdata och expertis.

Sedan starten 1961 i halländska Slöinge har SIA Glass varit ett familjeföretag som värnar om svenskproducerad glass av högsta kvalitet, med hållbarhet som en självklar del av vår vision. Den här rapporten är ett uttryck för vårt engagemang, och vi delar den därför med stolthet.

Vi hoppas att *Glassrapporten 2025* är inspirerande och intressant. Tack för att du följer med oss på den här resan. Trevlig läsning!



Trendbrott på glassmarknaden - svenskar unnar sig mer premium- glass och SIA Glass ökar mest

Den svenska glassmarknaden fortsätter att växa, och allt fler svenskar unnar sig premiumglass – glass gjord av dyrare råvaror som får kosta lite extra.

– Sparar man in på resor eller andra dyrare lyxprodukter, så har man i alla fall råd att unna sig en premiumglass, säger Dan Bengtsson, marknadschef på SIA Glass.

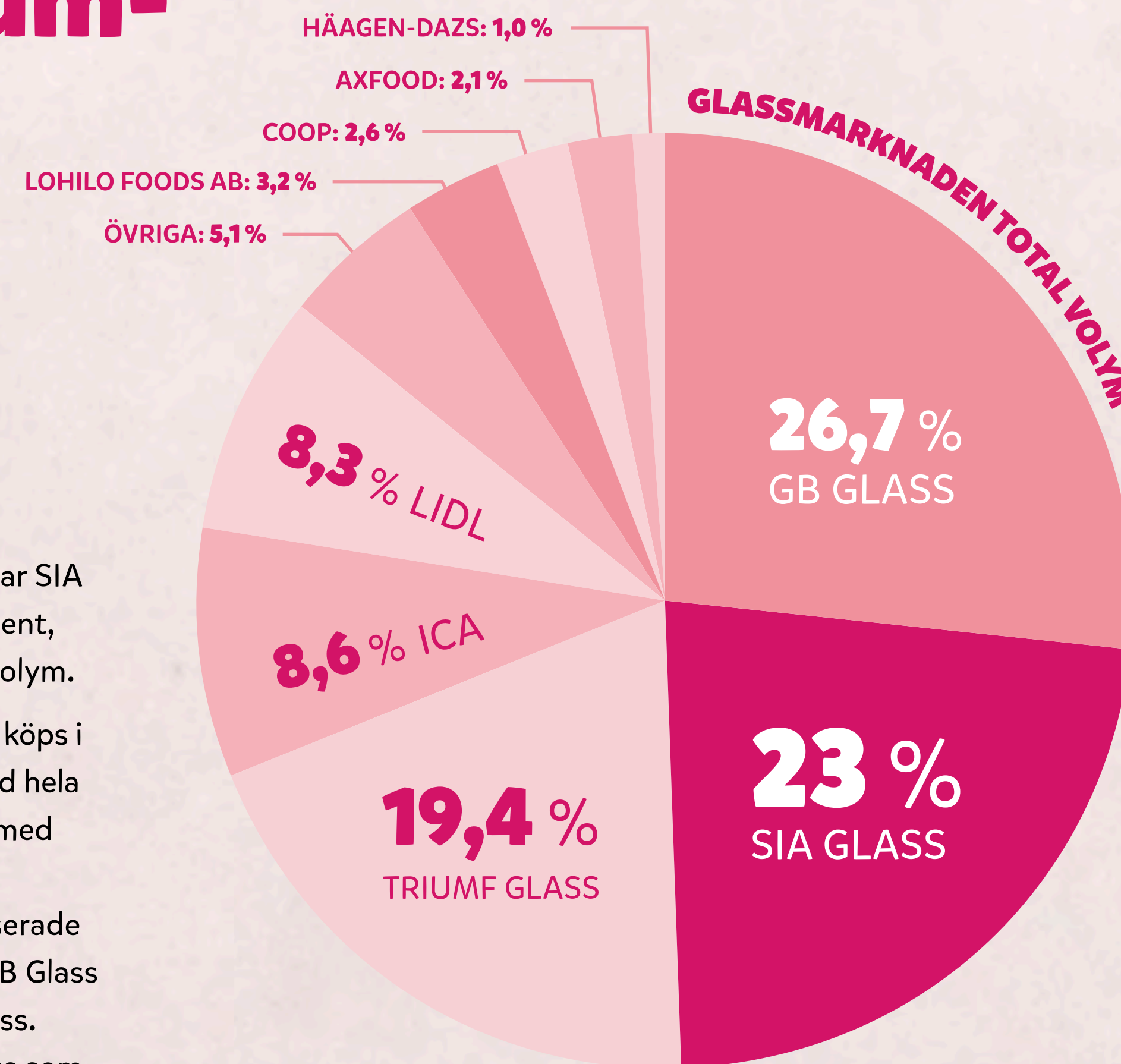
Under 2024 har den totala svenska glassmarknaden ökat i värde med nära 6 procent och är nu värd 4,8 miljarder kronor. Såväl SIA Glass (+8,7 procent) som Triumf Glass (+4,0 procent) och GB Glass (+3,3 procent) har haft en ökning i värde.

Rekordsiffrorna för glassförsäljning i landet under pandemiåren är svårslagna, men glassmarknaden utvecklas fortsatt positivt enligt Niensens statistik över dagligvaruhandeln.

Volymmässigt har den totala glassmarknaden också ökat med 3,6 procent under det gångna året (se diagram).

Bland de tre stora rikstäckande glassproducenterna ökar SIA Glass med 9,7 procent och Triumf Glass med 3,9 procent, medan GB Glass däremot backar med 0,8 procent i volym.

Den viktiga segmentet hushållsglass, alltså glass som köps i butik och skedas upp för att njutas hemma, växer med hela 4,1 procent i volym. SIA Glass, som under 2024 ökar med 14,5 procent inom detta segment, är fortsatt störst i segmentet (se tabell nästa sida). Föregående år passerade glassfabriken i Slöinge för första gången någonsin GB Glass i volym och är nu segmentsledande inom hushållsglass. GB Glass ligger idag på tredje plats, efter Triumf Glass som nu är näst störst.



GLASSÅRET 2024

Vad som annars sticker ut försäljningsmässigt i år är ökningen av premiumglass. På två år har volymen ökat med hela 17 procent, varav 5 procent under det senaste året. Välkända premiumglassproducenter som Häagen Dazs och Lejonet & Björnen har haft en positiv utveckling under 2024. Även SIA Glass premiumglass Finaste har haft en positiv utveckling, bäst av konkurrenterna.

— Det är absolut legitimt att prata om ett trendbrott, men det är svårt att säkert slå fast varför det sker nu. Några tuffa år har kanske gjort oss lite mer försiktiga i konsumtionen, men unnar man sig inte resor eller andra dyrare lyxprodukter, så har man i alla fall råd att unna sig en premiumglass, säger Dan Bengtsson, marknadschef på SIA Glass.

Vad mer kan sägas om glassförsäljningen under 2024? Jo, flerpack fortsätter uppåt med en volymökning på 2,4 procent. Det segment som har haft den bästa volymutvecklingen är stycksaker, där de tre stora aktörerna på marknaden alla bidrar till ökningen.

Bland alla nyheter som lanserades under årets första kvartal blev smaken *Blåbär* från SIA Glass storsäljaren.



VOLYMANDEL HUSHÅLLSGLASS

SIA Glass	↑ 30,1 (+2,6) %
Triumf Glass	← 24,9 (0,0) %
GB Glass	↓ 20,9 (-2,9) %
Lidl	↑ 5,2 (+0,2) %
ICA	↓ 4,5 (-0,2) %
Lohilo	↑ 5,2 (+0,8) %
Häagen-Dazs	← 1,5 (0,0) %
Övriga	↓ 7,3 (-0,9) %

Källa: Nielsens statistik från dagligvaruhandeln 2024



TRENDSPANING

Nostalgi och nya smak-kombinationer hos medvetna konsumenter

Vad kan vi förvänta oss av glassåret 2025? Jo, en glassmarknad som speglar intresset för hälsa och nostalgiskt välbekanta smaker som påminner om barndomen. Samtidigt vågar vi också utmana det smakmässigt trygga och blir mer nyfikna på innovativa och oväntade smakkombinationer. En tydlig trend är också upplevelsen av glass som en överkomlig lyx i bistra tider – vi vill unna oss!

GLASSÅRET 2025

Även om flertalet av årets glasstrender framstår som tydliga blir det vid en närmare granskning klart att de också är relativt komplexa och mångbottnade.

Glass tillverkade med lokala ingredienser står sig fortsatt starkt. Här finns det en tydlig längtan efter ett tydligt ursprung och en regional förankring, vilket speglar en ökad medvetenhet om transparens och ansvar i konsumentled.

Detta gäller i princip hela livsmedelsbranschen men verkar bli extra viktigt inom glassegmentet. Ett tydligt bevis på detta är att två år i rad har storsäljarna av alla nyheter på den svenska glassmarknaden gjorts med svenska bär som huvudingrediens.

Kopplat till det lokala och det regionala finner vi också att många konsumenter söker tryggheten i bekanta glassmaker, men att man gärna ser moderna tolkningar av dessa. Klassiska smaker som choklad och vanilj håller således ställningarna, men en trend är att högre kvalitet och förbättrad smak och textur på klassikerna efterfrågas.

En annan trend på glassmarknaden som tagit för sig är kryddiga smaker. Tar man bort en del av sötman i glass så sker också



en förändring av smakpaletten. Här hämtas inspiration ofta från en mer matig värld där man börjat arbeta med såväl heta kryddor som salta smaker i glassen.

Konsumenters fokus på sambandet mellan den egna hälsan och det vi äter ökar. Näringsrika och funktionella produkter – exempelvis utan tillsatt socker eller proteinberikad glass – som samtidigt inte tummar på smaken, är en växande trend – marknaden är liten men ökar såväl globalt som i Sverige. Glass upplevs samtidigt alltmer som en slags ”tillåten njutning”

snarare än bara något tröstande, en njutningsprodukt som inte ska jämföras med hälsosam mat.

Parallellt med det lokala och det regionala gör ovanliga smaker från Asien och Latinamerika entré på glassmarknaden, där inspiration från koreanska desserter och tropiska smaker från Sydamerika tillfredsställer nyfikenheten hos konsumenter som vill utforska världen genom mat.

**Årets fem
glasstrender**



Glassåret 2025 – årets fem glasstrender

1

”Nostalgi” – nostalgi med ny twist

Trygga klassiska nostalgiska smaker får en modern uppdatering 2025: ”nostalgi”, tradition kombinerad med innovation för att möta både retroromantik och dagens smakpreferenser.

2

Premium gör comeback

Med hopp om en ljusnande framtid ser vi en comeback för premiumprodukter, där konsumenter prioriterar exklusivitet och är villiga att betala mer för lyxiga glassorter, gärna med oväntade ingredienser och sofistikerad design.

3

Ursprung och autenticitet tar plats

Konsumenter efterfrågar produkter med tydligt ursprung och lokala kopplingar, vilket speglar en ökad medvetenhet i konsumentled om transparens och ansvar.

4

Njutning som ett aktivt val

Glass ses alltmer som en symbol för medveten njutning och glädje, man unnar sig snarare än tröstar sig med glass, och konsumenter vill ha kvalitetsprodukter.

5

Globala smaker inspirerar

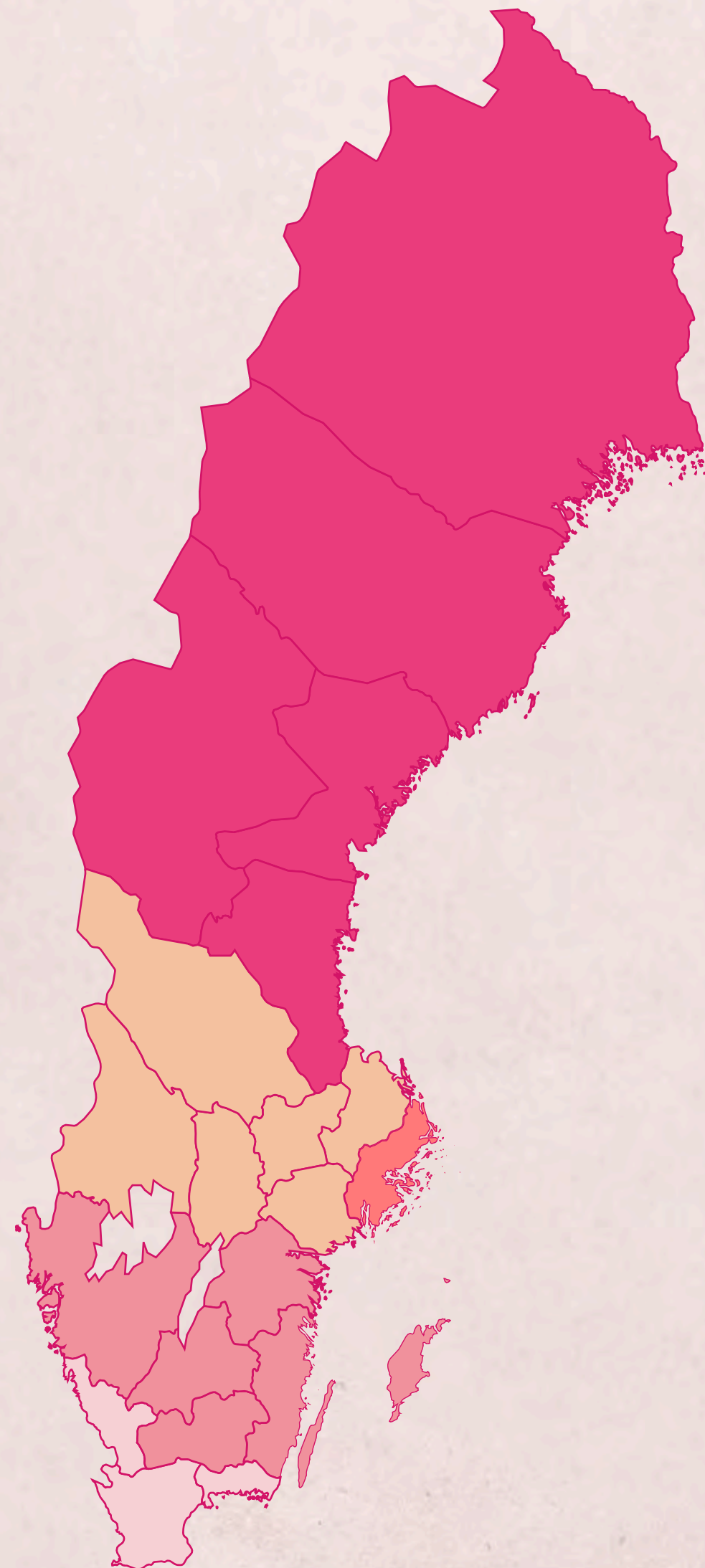
Kryddiga, blommiga och tropiska smaker från Asien och Latinamerika gör entré på glassmarknaden med smaker som tillfredsställer nyfikenheten hos konsumenter som vill utforska världen genom mat.

Svenska folkets glassvanor

SIA Glass har gjort glass i Slöinge sedan 1961, och med vår erfarenhet vågar vi påstå att vi kan glass. En nyckelfaktor för glassfabrikens tillväxt har dock alltid varit vår nyfikenhet – på hur vi kan göra ännu godare glass, och hur vi kan fortsätta att utveckla en hållbar livsmedelsproduktion som tar hänsyn till djur, natur och människor i vår bygd. Vi gör ingen hemlighet av att vi tycker att det är både viktigt och spännande att veta vad svenska folket tycker och känner om glass. Kort sagt ville vi, i samarbete med undersökningsföretaget YouGov, kartlägga svenska folkets glassvanor.

YouGov delar in riket i följande regioner:

- Norra Sverige:** Gävleborgs län, Västernorrlands län, Jämtlands län, Västerbottens län, Norrbottens län
- Norra mellersta Sverige:** Värmlands län, Örebro län, Västmanlands län, Dalarnas län, Uppsala län, Södermanlands län
- Stockholm:** Stockholms stad och län
- Södra mellersta Sverige:** Östergötlands län, Jönköpings län, Kronobergs län, Kalmar län, Gotlands län, Västra Götalands län
- Skåne, Halland och Blekinge:** Blekinge län, Skåne län, Hallands län



FRÅGA 1: Varför äter vi glass

Gott, njutning och att unna sig

Glass har en speciell roll i svenskarnas liv, och är populär oavsett ålder, kön eller var man bor. Även om vi som jobbar med glass givetvis kan ana svaret på frågan varför man äter glass, ville vi undersöka saken lite närmare. Frågan som ställdes: Varför äter du glass?

Topp tre: Gott, njutning och att unna sig.

Det tydligaste beskedet var att 82 procent av befolkningen äter glass för att det är gott.

Mer än hälften av de tillfrågade, 56 procent, anger njutning som en anledning att äta glass. Detta är vanligare bland män (59 procent) än kvinnor (53 procent).

Det tredje vanligaste svaret var att man äter glass som ett sätt att 'unna sig' något extra (43 procent). Denna känsla är särskilt vanlig bland personer i åldern 30-49 år, där över hälften anger detta som en anledning.

Yngre söker glädje, äldre svalka

Undersökningen visar några intressanta skillnader mellan yngre och äldre. Yngre personer (18-29 år) utmärker sig i flera avseenden. Hela 28 procent av denna grupp anger att de äter glass för att bli glada, vilket är nästan fyra gånger så många som bland de över 60 år. Äldre verkar i stället prioritera glassens svalkande egenskaper, där 34 procent anger detta som en huvudanledning.

Mysfaktorn och tröst

För 17 procent av svenskarna är glass en mysig upplevelse. Kvinnor lyfter fram detta oftare än män (19 procent jämfört med 14 procent), och åldersgruppen 18-29 år utmärker sig med 24 procent som anger mysfaktorn. Samtidigt ser 10 procent av de tillfrågade glass som en form av tröst, vilket är vanligare bland kvinnor och yngre.

Regionala skillnader*

Invånare i norra Sverige är mest benägna att äta glass för att det är gott (86 procent), medan de i södra mellersta Sverige och Skåne/Halland/Blekinge oftare ser det som ett sätt att unna sig (47 procent). Norrlänningar utmärker sig också genom att oftare ange svalka som en viktig anledning (49 procent).

Lyx och nostalgi

En mindre andel, 10 procent, ser glass som en lyxig upplevelse, med unga vuxna (18-29 år) som de tydligaste företrädarna. För 8 procent handlar glass om att väcka barndomsminnen och nostalgi – en anledning som är relativt jämnt fördelad över olika åldrar och regioner.

Glassens popularitet

Trots vissa skillnader är det tydligt att glass är en favorit bland svenskarna. Endast 4 procent av de tillfrågade uppger att de aldrig äter glass, och denna siffra är något högre bland de äldre (6 procent av de 60+). Oavsett anledning fortsätter glass att spela en central roll i svenskarnas liv, vare sig det handlar om njutning, svalka eller en mysig stund i vardagen.

*Se karta sida 8

FRÅGA 2: Vilka känslor får du av glass?

Glädje, belåtenhet och avkoppling

Många tycker, precis som vi, att glass och glädje hör ihop. Smaken, minnena, konsistensen och den svalkande kylan – många faktorer spelar in. Det finns till och med forskning som visar att ett ämne som heter tryptofan ofta förekommer i ingredienser som finns i glass, kan fungera som en naturlig humörhöjare. Vi ville borra lite djupare i fenomenet positiva känslor och glass. Vi frågade därför svenska folket: "Vilka känslor passar bäst in på dig när du äter glass?"

Topp tre: glädje, belåtenhet och avkoppling

De två vanligaste känslorna som glassätande väcker är glädje och belåtenhet. Nästan hälften av de tillfrågade, 48 procent, säger att de känner sig glada när de äter glass. Belåtenhet kommer tätt efter, med 47 procent (och så många som 59 procent av de som är 60+.) Kvinnor anger dessa känslor i högre utsträckning än män, och bland 30–39-åringar är glädje särskilt framträdande, med 57 procent som svarar just det.

För 44 procent av svenskarna förknippas glass med känslan av att slappna av. Denna känsla är särskilt stark hos personer över 50 år, där nästan hälften anger avkoppling som ett dominerande intryck.

Lycka, nostalgi och trygghet

Lycka upplevs av 25 procent av de svarande, och detta är vanligast bland de yngre i åldern 18–29 år, där 42 procent svarar att de känner sig lyckliga när de äter glass.

Nostalgi är också en viktig faktor, särskilt bland yngre och medelålders. 18 procent av de yngre (18–29 år) uppger att glass väcker nostalgiska känslor, medan detta endast gäller för 7 procent av dem över 60 år. Trygghet är en annan känsla som kopplas till glass av 12 procent av svenskarna, där yngre återigen är något överrepresenterade.

Lekfullhet och nyfikenhet

Lekfullhet och nyfikenhet är andra känslor som en del av befolkningen associerar med glass. 10 procent av de tillfrågade känner sig lekfulla när de äter glass, men bland de yngre (18–29 år) är det betydligt fler, 21 procent. Nyfikenhet anges av 5 procent, med något fler (10 procent) i åldersgruppen 30–39 år.

Regionala skillnader*

Det finns också en del tydliga regionala skillnader. I Stockholm (52 procent) är glädje kopplat till glass vanligast, tätt följt av Södra mellersta Sverige (47 procent) och Skåne, Halland och Blekinge (47 procent).

Allra mest avslappnad känner man sig av att äta glass i Norra Sverige (50 procent).

I Stockholm blir flest nostalgiska av glass (18 procent), en dubbelt så hög siffra som för Norra Sverige. I Norra Sverige (28 procent) blir man å andra sidan som allra mest lyckliga av glass, tätt följt av stockholmarna (27 procent).

Flest blir belåttna av glass i Norra mellersta Sverige (51 procent).

Känslor av lekfullhet associeras främst med glass i Skåne, Halland och Blekinge (12 procent) samt Norra Sverige (13 procent).

*Se karta sida 8

FRÅGA 3: Vid vilka tillfällen äter du helst glass?

Semester, dessert och på kvällen

Glass är en älskad godsak som vi äter vid många olika tillfällen. För att undersöka när vi helst tar en glasspinne eller en skopa glass ställde vi också frågan "Vid vilka tillfällen äter du helst glass?" till YouGovs urval av 1 015 statistiskt utvalda personer i hela landet.



Topp tre: semester, dessert och på kvällen

På semestern är tillfället då svensken helst föredrar att äta glass (46 procent). Denna aktivitet är särskilt populär i kategorin 50+, där hela 53 procent anger detta som sitt favorit-tillfälle för fryst glädje.

Att äta glass som dessert kommer på andra plats (44 procent). Här sticker kvinnor ut något mer än män, med 46 procent jämfört med 43 procent.

Det tredje mest populära tillfället är på kvällen. 40 procent gillar att äta glass på kvällarna, och detta är ett populärt val bland både yngre och äldre.

Sociala tillfällen: Glass när vi umgås

En annan vanlig situation då vi äter glass är när vi umgås med vänner och familj. 35 procent av svenskarna anger detta, och kvinnor i åldersgruppen 30–39 är de mest benägna att välja detta alternativ (44 procent).

Helgmys och speciella tillfällen: Glass för stämningen

31 procent av de svarande säger att de äter glass som en del av fredags- eller lördagsmys. Det är också ett populärt val vid speciella tillfällen (29%), där både unga och äldre uppskattar glass vid firande eller högtid.

Regionala skillnader*

I Norra Sverige är det vanligast att glass äts som dessert (52 procent) och på kvällen (49 procent).

I Stockholm och i Norra mellersta Sverige är man gladast i att äta glass på semestern/lovet (49 procent i båda fallen) men Skåne, Halland och Blekinge är inte långt efter (45 procent).

*Se karta sida 8

FRÅGA 4: På vilken plats/i vilken situation äter du helst glass?

I köket, på stranden och vid glassbar

Att äta glass är en upplevelse som förgyller många tillfällen och dessutom har förmågan att påverka känslor och humör på flera positiva sätt. Men var äter svenskarna helst sin glass? Vi lät YouGov fråga svenska folket ”På vilken plats/i vilken situation äter du helst glass?”.

Topp tre: Vi äter glass i köket, på stranden och vid glassbar

Den vanligaste platsen att njuta av glass är hemma i köket. Nästan hälften av de svarande, 49 procent, föredrar att äta glass där. Denna preferens är särskilt stark bland kvinnor (52 procent) och de äldre över 60 år (59 procent), men köket är ett populärt val bland alla åldrar.

På delad andraplats hittar vi stranden och glassbarer, där 38 procent av svenskarna helst äter glass. Stranden är särskilt populär bland de yngsta (18–29 år), där hela 51 procent föredrar denna miljö. Glassbarer lockar också unga, med 49 procent i samma åldersgrupp som anger detta som en favoritplats.

Sociala miljöer: Kafé och hemma hos vänner

Att äta glass på ett kafé eller restaurang är ett val för 32 procent av svenskarna, medan 31 procent föredrar att göra det hos vänner och bekanta. Kvinnor anger dessa miljöer något oftare än män. Bland de mellan 50 och 59 år är känslan av att dela glass med andra extra tydlig, då 37 procent uppger att de gärna äter glass hos vänner.

På båten och vid speciella tillfällen

En mindre men tydlig grupp, 11 procent, tycker bäst om att äta glass på en båt. Detta är särskilt vanligt bland unga vuxna (18–29 år), där 24 procent anger detta som sin favoritplats. Vid idrottsevenemang eller konserter är det endast 5 procent som helst äter glass.

Utomhusupplevelser: Parken och promenaden

Glass i parken är populärt bland 29 procent av de svarande, med de yngsta (18–29 år) som toppar listan på 39 procent. Att äta glass under en promenad lockar däremot 22 procent av svenskarna.

Regionala skillnader*

I Norra och Södra mellersta Sverige samt i Skåne, Halland och Blekinge är det vanligast att njuta av glass hemma, med 52 procent i samtliga regioner. Stockholm sticker ut med en högre andel som gärna kombinerar glass med promenader (30 procent) och i denna region är det också vanligast att njuta en glass i en park. Att äta glass på kafé eller restaurang är vanligast i Norra mellersta Sverige (39 procent). På stranden äts det glass främst i Stockholm (46 procent) och minst populärt är det i Norra Sverige (26 procent). Norra Sverige toppar ligan för de som helst äter glass i en bil eller buss (10 procent).

*Se karta sida 8

FRÅGA 5: Vem gör Sveriges godaste glass?

Sveriges godaste glass är korad

Om svenska folket själva får välja vem man tycker gör Sveriges godaste glass så vinner SIA Glass med god marginal. Ben & Jerrys och GB Glass kommer på silver- respektive bronsplats.

YouGov:s undersökning visar att SIA Glass toppar listan över svenskarnas favoritglassvarumärken, med stöd av 16 procent av de tillfrågade.

Ben & Jerry kommer på andra plats med 14 procent av rösterna och på tredje plats i undersökningen finner vi GB Glass med 11 procent.

Häagen Dazs och Triumf Glass får dela på fjärdeplatsen, båda 6 procent, i undersökningen om vem som gör Sveriges godaste glass.

16 procent av respondenterna i YouGovs undersökning kunde inte ange en favorit bland varumärkena som tillverkar glass.

VEM GÖR SVERIGES GODASTE GLASS ENLIGT SVENSKA FOLKET?

SIA Glass	16 %
Ben & Jerry's	14 %
GB Glass	11 %
Häagen Dazs	6 %
Triumf Glass	6 %
Kling Glass	5 %
Lejonet & Björnen	5 %
Engelholms Glass	3 %
ICA	2 %
Gute Glass	2 %
Hemglass	2 %
Rättviksglass	1 %
Stikki Nikki	1 %
Tre Vänner	1 %
Lohilo	1 %
Coop	1 %
Annan	6 %
Vet ej	16 %

Källa: YouGov 2025

FRÅGA 6: Viktigt att glassen är svensk?

En majoritet vill ha svensk glass

Vi lät också YouGov fråga det representativa urvalet av svenska folket: "Instämmer du eller instämmer du inte i följande påstående? Det är viktigt för mig att glassen jag köper är tillverkad i Sverige".

63 procent svarade att man anser att det är viktigt, antingen i hög grad eller till viss grad, och det befäster ju också att det lokalproducerade är viktigt för en majoritet. För en fjärdedel, 26 procent, är det däremot inte viktigt var glassen tillverkas.

Skillnader framträder bland olika åldersgrupper. Äldre personer, över 60 år, värdesätter svenskproducerad glass mest, med 38 procent som instämmer i hög grad. Bland de yngre, 18-29 år, är motsvarande siffra lägre, 24 procent.



Regionalt sett är det i Norra Sverige som stödet för svenskproducerad glass är som starkast. I Stockholm är det fler som inte anser att glassens ursprung är viktigt, jämfört med andra delar av landet.

Vid tidigare gjorda undersökningar har resultatet varit snarlikt. 2011 visade en undersökning, gjord av Kantar Sifo, att 59 procent av de tillfrågade tyckte det var viktigt att glassen tillverkas i Sverige. 2023 gjordes en ny undersökning av samma undersökningsföretag, och då var siffran 65 procent.

KÄLLOR

1. Niensens försäljningsstatistik för dagligvaruhandeln, 2024.
2. Undersökningen om svenska folkets glassvanor är genomförd av opinions- och marknadsundersökningsföretaget YouGov. Under januari 2025 har sammanlagt 1055 intervjuer via internet genomförts med personer som är 18+ år i Sverige.
3. Mintel, rapporten "The Future of Ice Cream 2024".
4. Euromonitor, rapporten "Ice Cream in Western Europe" från 2024.
5. Food & Friends, The Pivot Point, Trendspotting 2025
6. YouGovs första undersökning om Sveriges godaste glass gjordes under perioden 17-20 november 2023 med sammanlagt 1 004 intervjuer via YouGov Sveriges internetpanel.

KONTAKTUPPGIFTER

Dan Bengtsson, Marknadschef

✉ dan.b@siaglass.se

☎ 0346-71 51 65

PRODUKTION

Glassrapporten 2025 är framtagen av SIA Glass i samarbete med kommunikationsbyrån Welcom.

