

Nära två av tre stärker gemenskapen i familjen genom sällskapsspel

Inför asmodees 30-årsjubileum visar en ny global studie att sällskapsspel är fritidens stora stjärna och utmanar både datorspel och poddar.

- Enligt studien stärker sällskapsspel familjebanden, där 64 % av de medverkande uppgav att de använder spel för att samla familjen. Frankrike toppar studien med 71 %.
- Bland alla åldersgrupper sticker millennials ut – de spelar sällskapsspel i samma grad som de konsumerar nyheter (38 % respektive 37 %).

Boulogne-Billancourt, Frankrike, 18 september 2025 – asmodee, en global ledare inom sällskapsspel, presenterar idag ny forskning som visar den växande populariteten för brädspel hos allmänheten. Resultaten, som släpps i samband med varumärkets 30-årsjubileum, visar att en fjärdedel (26 %) nu spelar brädspel minst en gång i veckan, och att brädspel ligger tätt efter datorspel (32 %) och i nivå med poddar (29 %) när det handlar om hur människor tillbringar sin fritid.

Asmodees forskning bland 8 001 konsumenter i Storbritannien, USA, Frankrike och Sverige fann också att millennials är särskilt intresserade av brädspel, med en användning i nivå med att läsa och titta på nyheter (38 % respektive 37 %).

När man undersökte varför brädspel upplever en boom, framkom det att 64 % spelar för att samla familjen. Som en reaktion på att många känner sig överväldigade av nyhetsflödet söker dessutom mer än hälften (53%) upplevelser som ger verklighetsflykt, en siffra som ökade till 65 %³ i USA.

Thomas Koegler, vd för asmodee, kommenterar: "Sällskapsspel blir alltmer populära som fritidsaktivitet och erbjuder ett lockande sätt att koppla av och umgås med vänner och familj. Som någon som spelat hela livet vet jag av erfarenhet att sällskapsspel handlar om så mycket mer än avkoppling, det är också en värdefull källa till fantasi, välbefinnande, underhållning och gemenskap mellan spelare."

"Sällskapsspel skapar möjligheter att knyta an och dela meningsfulla berättelser – oavsett om det är i någons hem, på semestern, på ett kafé eller i en sjukhussäng. När vi nu firar vårt 30-årsjubileum ser vi fram emot att leverera spel inspirerade av en bredare grupp spelare än någonsin tidigare, och att utforma nya format för att tillgodose nya miljöer och teman som speglar och omtolkar det moderna livet."



Brädspel för människor samman

Brädspel ses globalt som ett bra sätt att öka den mänskliga kontakten, där 64 %² använder spel för att samla vänner och familj, och i Frankrike är andelen hela 71 %². I en tid då många människor kan uppleva svårigheter att uttrycka sina känslor uppgav 40 %² att de tycker att det är enklare att öppna sig när de spelar sällskapsspel jämfört med i vanliga samtal. Drygt en av fyra (26 %) spelar brädspel minst en gång i veckan.

Millennials väljer helst offline-spel när de ska spela med sina vänner

I en värld där skärmar ofta är den vanligaste källan till distraktion visar sig millennials vara särskilt intresserade av brädspel som hobby, med 41 % som säger att de upplever glädje när de spelar, fler än någon annan generation. Som svar på detta har spel som CATAN® nu översatts till fler än 40 språk världen över.

Asmodee firar 30-årsjubileum och hyllar spelarna

Som en ledande aktör bakom det globala uppsvinget för brädspel som fritidsval firar asmodee sitt 30-årsjubileum med lanseringen av en "seek-and-find"-upplevelse som lyfter fram spel från varumärkets 30-åriga historia. Den handritade fresken av den franska illustratören Charlotte Hugues tog hela 250 timmar att färdigställa och innehåller ett urval av omdömen inspirerade av fler än 1 200 spelare världen över. Fresken återspeglar asmodees nya varumärkespositionering och är bokstavligen inspirerad av spelarna. Den går att utforska [online](#) fram till och med den mars 2026. Återkommande och tematiska uppdrag kommer att finnas tillgängliga under de kommande månaderna för spelare som vill tävla om priser.

Brädspelscaféer är en växande trend

Den växande populariteten för brädspel märks tydligt i de många spelbarer som öppnar världen över. Så är fallet i Oxford och Bath där **Thirsty Meeples**, Storbritanniens första brädspelscafé och grundat av ett gift par, har skapat en inbjudande atmosfär under helgerna där spelguruer lär ut klassiker som CATAN® eller Dixit, vilket lockar alla från språkskoleelever till mor- och farföräldrar som vill dela spelglädjen.

Ett stenkast från NYU och Washington Square Park fyller kaféägaren och speldesignern Greg May sin New York-lokal **The Uncommons** med en brokig blandning gäster. "En vanlig kväll kan vi hålla en Jane Street-strategi i det ena hörnet och ett barnkalas i det andra – det är den mixen som får stället att vibrera", säger han.



Chance & Counters lanserades av tre vänner och har en gästfrihetsorienterad strategi som lockar en mestadels kvinnlig publik och skapar mötesplatser där främlingar kan mötas, spela och hålla kontakten.

Internationellt visar Dubais **Unwind**, Förenade Arabemiratens första brädspelscafé, hur klassiska asmodee-titlar som Dobble och Dixit bygger broar mellan språk och kulturer, där skolor och företag använder spel för att stärka kommunikation, bygga självförtroende och skapa lugn.

Jean-Sébastien De Barros, produktchef och vice vd för Publishing på asmodee säger: "Vi är stolta över att ha varit en del av den här verksamheten i 30 år och fått arbeta med passionerade författare, konstnärer, tillverkare och andra partners. Tillsammans har vi vuxit med våra spelargemenskaper under årens lopp. Det har varit spännande att bidra till att demokratisera brädspel som det nya självklara sättet att umgås och skapa starkare band – och göra hobbyn till en så rolig och välkomnande plats!"

Information till redaktörer:

Kommunikationsteamet på asmodee

E-post: press@asmodee.com / rosemary.lavender@brands2life.com

Undersökningsmetodik

Undersökningen genomfördes på uppdrag av asmodee av Censuswide, bland ett urval av 8 001 konsumenter i Storbritannien, USA, Frankrike och Sverige (över 16 års ålder). Uppgifterna samlades in mellan den 18 och 24 juli 2025. Censuswide följer och efterlever Market Research Societys etiska riktlinjer samt ESOMAR-principerna. Censuswide är också medlem i British Polling Council.

Digitala freskomålningar, asmodee

Charlotte Hughes: <https://www.instagram.com/charlottehghs/>

Om Asmodee

Asmodee är en global ledare inom sällskapsspel. Inspirerade av spelare har asmodee skapat och marknadsfört uppslukande, delade upplevelser i över 30 år. I portföljen ingår älskade spel och immateriella rättigheter som *CATAN*®, *Ticket to Ride*®, *Dobble/Spot it!*®, *7 Wonders*, och *Exploding Kittens*®. Huvudkontoret ligger i Frankrike, men asmodee är verksamt globalt och gör sina spel tillgängliga för spelare i fler än 100 länder över hela världen. Asmodee-koncernens B-aktie handlas på Nasdaq Stockholm under tickern ASMDEE B. Läs mer om asmodee [här](#).





Pressmeddelande
18 september 2025 15:00:00 CEST

För mer information, kontakta

Asmodee Communications team

E-post: press@asmodee.com

Bifogade bilder

[Asmodee 30th Anniversary Mural](#)

[Infographic PR 30th Anniversary](#)

Bifogade filer

[Nära två av tre stärker gemenskapen i familjen genom sällskapsspel](#)

