

2012-03-29 10:00 CEST

När andra ligger med varandra kollar svenskarna på TV

INFÖR EARTH HOUR: NY STUDIE VISAR VAD NIO OLIKA NATIONALITETER HITTAR PÅ NÄR LAMPAN SLÄCKS

När lampan släcks sätter svenskarna och tyskarna igång TVn, medan fransmännen och spanjorerna tar tillfället i akt och blir heta älskare. Det är några av de slutsatser som kan dras från den undersökning som modeföretaget Björn Borg tagit fram.

Undersökningen visar bland annat om vi föredrar att ha lampan tänd eller släckt när vi rullar runt i sänghalmen. Svenskar (63 %), amerikaner (64 %) och briter (65 %) föredrar släckt lampa. Medan spanjorer och tyskar föredrar att se sin partner.

Så varför föredrar svenskarna släckta lampor? Vågar vi bli mer stygga? Ja, om du bor i USA, Kina eller Frankrike. Nja, om du bor i Sverige. Tyvärr visar undersökningen att 1/5 av svenskarna, amerikanerna och tyskarna släcker lampan på grund av lågt självförtroende. I Kina släcker nästan 1/5 av männen lampan, men då för att tänka på någon annan.

På lördag 31 mars kl 20.30 är det Earth Hour, då kanske det är dags för oss svenskar att ta initiativ till lite sexuella aktiviteter? Men frågan är om vi svenskar verkligen vet hur vi ska aktivera oss i sänghalmen när så många som 55 % av svenskarna föredrar att kolla på TV när tillfället ges i akt. Statistiken väger åt andra hållet vad gäller spanjorer, där 75 % väljer en mer erotisk aktivitet när ljuset släcks. Vad skulle då hjälpa oss svenskar att ha lite roligare i mörkret? 31 % av svenskarna menar att sexleksaker får dem att ha mer skoj i sänghalmen. 1/4 av samtliga som deltog i undersökningen uppger att självlysande underkläder skulle få det att hetta till lite extra.

Undersökningen är utförd av modeföretaget Björn Borg i nio länder med totalt 1713 respondenter i åldrarna 18-30 år. Följande länder var

inkluderade: Kina, Frankrike, Tyskland, Holland, Italien, Spanien, Sverige, Storbritannien och USA.

Hela undersökningen kan laddas ner på <http://curious.bjornborg.com/press>

Videointervjuer från undersökningen hittar du på:

<http://www.youtube.com/bjornborglightsoff>

För ytterligare information vänligen kontakta:

Pernilla Johansson, PR & Event Manager, Björn Borg AB.

Telefon: +46 8 506 655 13

Mailadress: pernilla.johansson@bjornborg.com

Koncernen äger varumärket Björn Borg och fokus för verksamheten är underkläder. Därtill erbjuds via licenstagare kläder, skor, väskor, glasögon och parfym. Björn Borg-produkter säljs på ett tjugotal marknader, varav Sverige och Holland är de största. Björn Borg-koncernen har egen verksamhet i alla led från varumärkesutveckling till konsumentförsäljning i egna Björn Borg-butiker. Totalt uppgick försäljningen av Björn Borg-produkter 2011 till cirka 1,7 miljarder kronor, exklusive moms, i konsumentledet. Koncernens nettoomsättning uppgick 2011 till 537 MSEK och antalet anställda var 131. Björn Borg-aktien är noterad på Nasdaq OMX Nordic i Stockholm sedan 2007.

Koncernen äger varumärket Björn Borg och fokus för verksamheten är underkläder och sportkläder. Därtill erbjuds via licenstagare även skor, väskor och glasögon. Björn Borg-produkter säljs på ett trettiotal marknader, varav Sverige och Holland är de största. Björn Borg-koncernen har egen verksamhet i alla led från varumärkesutveckling till konsumentförsäljning i egna Björn Borg-butiker. Totalt uppgick försäljningen av Björn Borg-produkter 2014 till cirka 1,4 miljarder kronor exklusive moms, i konsument ledet. Koncernens nettoomsättning uppgick 2014 till 539 MSEK och medelantalet anställda var 129. Björn Borg är noterat på Nasdaq Stockholm sedan 2007.