

Pressemitteilung

Bettgeflüster: Die ÖsterreicherInnen mögen es mit Gefühl!

Wien, 13. Februar 2012 – Pünktlich zum Valentinstag veröffentlicht die Kondommarke Durex die neuesten Erkenntnisse aus ihrer regelmäßig stattfindenden *Durex Global Sex Studie 2012*.

Das Erfolgsrezept für ein erfülltes Sexleben in österreichischen Betten ist simpel: Gefühle zeigen ist das A und O. Das ist ein zentrales Ergebnis der *Durex Global Sex Studie 2012*. Die aktuelle, weltweite Umfrage bestätigt, dass sich in unserem Land sowohl 85 Prozent der Frauen als auch der Männer beim Sex mit ihrem Partner geliebt fühlen. Dies ist ein entscheidender Faktor für eine glückliche Beziehung, denn zwei Drittel der österreichischen Damenwelt (66%) und gut die Hälfte (53%) aller Herren stimmen zu, dass für Frauen die emotionalen Aspekte beim Sex wichtiger sind als für Männer. "Die zentrale Botschaft der Umfrage ist, die emotionale Seite einer Beziehung nicht zu vernachlässigen. Das Gefühl geliebt und respektiert zu werden und die Vertrautheit miteinander scheinen auf beiden Seiten eine wichtige Rolle zu spielen. Speziell österreichische Männer sind aber in Sachen Liebe und Sex auf dem richtigen Weg“, fasst Anna Müller, Brand Managerin Durex Österreich, die Ergebnisse der *Durex Global Sex Studie 2012* zusammen.

Doch nicht nur die österreichischen Herrenwelt hat eine guten Weg gefunden: Laut der Studie sind 78 Prozent der Männer und 76 Prozent der Frauen der Meinung, dass ihr Partner sie sexuell befriedigt. So gelingt es dem starken Geschlecht, auch seine weiche Seite in einer Partnerschaft zu zeigen. Denn acht von zehn Österreicherinnen (81%) sind der Meinung, dass sie der gemeinsame Sex dem Partner insgesamt emotional näher bringt – 85 Prozent sind sogar davon überzeugt, dass ihre Männer dabei wahre Liebe verspüren.

„Emotionale Nähe und ein vertrauter Umgang miteinander sind die Schlüssel-Faktoren für eine glückliche Beziehung und tollen Sex. Paare sollten sich dessen stets bewusst sein“, so Anna Müller weiter.



Kontakt:

Reckitt Benckiser Pressestelle

Grayling Austria GmbH

Siebensterngasse 31

1070 Wien/Vienna

T: +43/1/524 43 00-14

M: +43/664 605 08 814

E-Mail: roja.delarami@grayling.com

An der *Durex Global Sex Studie 2012* nahmen mehr als 29.000 Menschen in 36 Ländern teil. Durchgeführt wurde sie online und in persönlichen Interviews von Harris Interactive.

Hintergrund zur Studie

Die ***Durex Global Sex Studie 2012*** wurde von der weltweit führenden Kondommarke in Auftrag gegeben. Durex fördert eine Reihe von Initiativen zur Gesundheitsförderung für sichereren und besseren Sex.

Die Umfrage wurde online in 35 Ländern und als persönliches Interview in Nigeria durchgeführt. Befragt wurden 29.003 Erwachsene (Alter 18+) in 36 Ländern im Zeitraum vom 6. September bis zum 3. Oktober 2011. Die österreichischen Ergebnisse basieren auf einem Panel von 501 Befragten. Die Daten wurden der Bevölkerungsstruktur entsprechend gewichtet.

Die Umfrage zur *Durex Global Sex Studie 2012* fand in den folgenden 36 Ländern statt: Australien, Österreich, Kanada, China, Kolumbien, Kroatien, Tschechien, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Hong Kong, Ungarn, Indien, Indonesien, Irland, Italien, Japan, Malaysia, Mexiko, Niederlande, Neuseeland, Nigeria, Polen, Portugal, Rumänien, Russland, Singapur, Südafrika, Südkorea, Spanien, Schweiz, Taiwan, Thailand, Türkei, Großbritannien und USA.

Weitere Information zu Durex unter www.durex.com.

Über Reckitt Benckiser

Reckitt Benckiser (RB) ist eines der weltweit führenden Unternehmen im Bereich Haushalt, Gesundheit und Personal Care. RB gehört zu den Top 25 Unternehmen des Financial Times Stock Exchange Index (FTSE). Seit dem Jahr 2000 hat sich der Nettoumsatz von RB verdoppelt und der Börsenwert vervierfacht. Heute ist RB dank seiner herausragenden Innovationskraft häufig weltweit die Nummer 1 oder Nummer 2 in den meisten seiner schnell wachsenden Marktsegmente. Etwa ein Drittel der Netto-Einkünfte resultiert aus Innovationen, die in den vergangenen drei Jahren auf den Markt gebracht wurden. Das starke Portfolio umfasst 19 globale Powerbrands wie Finish/Calgonit, Vanish, Calgon, Cillit Bang, Sagrotan, Airwick, Veet, Clearasil, Scholl, Durex, Dobendan, Nurofen und Gaviscon, das durch lokale Marken wie Kukident oder Hoffmanns ergänzt wird. Die Powerbrands machen 69 Prozent des Nettoumsatzes aus.

Die Mitarbeiter von RB bilden die Grundlage für den Unternehmenserfolg. Sie sind der Antrieb für Fortschritt, herausragende Leistungen und den Willen über sich hinaus zu wachsen. Dies zeigt sich auch im Bereich der Corporate Social Responsibility (CSR), in dem das Unternehmen mit seiner Carbon 20 Initiative eines der ambitioniertesten CSR Programme der Industrie verfolgt.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Großbritannien beschäftigt weltweit etwa 27.000 Mitarbeiter und ist mit operativen Gesellschaften in 60 Ländern und Vertrieb in fast 200 Ländern vertreten. Die Aktivitäten im österreichischen Markt werden von der Reckitt Benckiser Switzerland AG Zürich in Wallisellen koordiniert."

Weitere Informationen unter www.rb.com



Kontakt:

Reckitt Benckiser Pressestelle

Grayling Austria GmbH

Siebensterngasse 31

1070 Wien/Vienna

T: +43/1/524 43 00-14

M:+43/664 605 08 814

E-Mail: roja.delarami@grayling.com