



Sichere und lustvolle Höhepunkte mit zwei Kondomneuheiten von Durex

***Durex Be Close* und *Durex Performax Intense* sorgen diesen Sommer für intensive Momente.**

Wien, 05. Juni 2013 – Die Neuheiten von Durex bieten das passende Kondom für die junge Liebe und gemeinsame Höhepunkte – intensive Gefühle inklusive.

Fakt ist: Die Österreicher haben viel Spaß am Sex und sind mit ihrem Liebesleben zufrieden. Zu diesem Ergebnis kommt *die Durex Global Sex Studie 2012*. Sie untersucht weltweit in regelmäßigen Abständen das Verhalten und die Erfahrungen der Menschen in Bezug auf ihr sexuelles Wohlbefinden. Ganze 76 Prozent der befragten Österreicherinnen und 78 Prozent der Österreicher sind laut Studie der Meinung, dass ihr Partner sie sexuell befriedigt. Und Gefühle spielen dabei eine ganz besondere Rolle, denn über 85 Prozent der ÖsterreicherInnen fühlen sich beim Sex von ihrem Partner geliebt.

Noch intensivere Gefühle – ohne individuelle Bedürfnisse zu vernachlässigen – beschert Durex Paaren ab sofort mit zwei Kondomneuheiten.

Be Close – das erste Jugendkondom

Damit in Zukunft noch mehr junge Menschen sicher und mit viel Freude ihre ersten Erfahrungen in Sachen Sex machen können, entwickelte Durex ein Kondom speziell für die Bedürfnisse der ersten sexuellen Annäherung. Jugendliche wurden dazu aufgerufen, ihre Entwürfe für das Verpackungsdesign des neuen Kondoms einzureichen – aus insgesamt 26 Ländern wurden rund 50.000 Ideen eingeschickt. Ein anschließendes Voting mit über 1,4 Millionen Teilnehmenden entschied letztlich über das Design. *Durex Be Close* hat einen extra engen Schnitt für einen noch besseren und festen Sitz. Die spezielle Easy-On Passform erleichtert das Abrollen und die

Kontakt
Reckitt Benckiser Pressestelle
Grayling Austria GmbH
Roja Delarami
Siebensterngasse 31
1070 Wien
T: +43/1/524 43 00-14
M: +43/664 605 08 814
roja.delarami@grayling.com

extra Gleitgelschicht sorgt für zusätzlichen Komfort. *Durex Be Close: Easy On™* – Easy In.



Mit Performax Intense gemeinsam zum Höhepunkt

Viele Paare wünschen sich einen gemeinsamen Höhepunkt, leiden aber oft darunter, dass er meist früher zum Orgasmus kommt als sie. Mit *Durex Performax Intense* bringt Durex neben dem Jugendkondom eine weitere Innovation auf den Kondommarkt. Es unterstützt beide Partner individuell und hilft dabei, das gemeinsame sexuelle Wohlbefinden zu erhöhen. Rippen und Noppen steigern das Empfinden der Frau, die Benzocainbeschichtung in der Kondomspitze hilft dem Mann, seine Empfindung etwas zu verringern.

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 und www.facebook.com/durex.austria.

Über Reckitt Benckiser

Reckitt Benckiser (RB) ist eines der weltweit führenden Unternehmen im Bereich Gesundheit, Hygiene und Haushalt. Mit dem Ziel, innovative Lösungen für ein gesünderes Leben und ein glücklicheres Zuhause zu liefern, gehört RB zu den Top 25 Unternehmen des London Stock Exchange. Seit dem Jahr 2000 hat sich der Nettoumsatz von RB verdreifacht und der Börsenwert verfünffacht. Heute ist RB dank seiner herausragenden Innovationskraft weltweit die Nummer 1 oder Nummer 2 in den meisten seiner schnell wachsenden Marktsegmente. Das Gesundheit, Hygiene und Haushalt Portfolio wird angeführt von 19 globalen Powerbrands wie Gaviscon, Durex, Scholl, Dettol, Clearasil, Veet, Harpic, Cillit Bang, Finish, Vanish, Woolite, Calgon und Airwick. Die Powerbrands machen 70 Prozent des Nettoumsatzes aus.

Die Mitarbeiter von RB bilden die Grundlage für den Unternehmenserfolg. Sie haben einen enormen Tatendrang und den Willen, jederzeit über sich hinaus zu wachsen. Dies zeigt sich überdies im Bereich der Corporate Social Responsibility (CSR), in dem das Unternehmen seinen CO₂-Fußabdruck in fünf Jahren um 20 Prozent reduziert hat. Bis 2020 plant RB, den Verbrauch von Wasser um ein Drittel zu senken, den CO₂-Ausstoß um ein weiteres Drittel zu reduzieren und ein Drittel des Nettoumsatzes mit nachhaltigeren Produkten zu erwirtschaften. Das Unternehmen mit Hauptsitzen in Großbritannien, Singapur, Dubai und Amsterdam beschäftigt weltweit etwa 38.000 Mitarbeiter und ist mit operativen Gesellschaften in mehr als 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
Roja Delarami
Siebensterngasse 31
1070 Wien
T: +43/1/524 43 00-14
M: +43/664 605 08 814
roja.delarami@grayling.com