Lehdistötiedote

26.11.2010

Ensimmäiset tutkimustulokset:

Valtaosa Wake-up Light -testaajista Huippuvuorilla kokee heräämisen helpommaksi kuin pimeässä

Philips on lokakuusta lähtien suorittanut tähän asti suurinta kenttätutkimusta auringonnousua simuloivasta Wake-up Lightista. Tutkimus tapahtuu kaamosaikaa elävässä Longyearbyenissä Huippuvuorilla, missä 200 asukasta kokeilee talven ajan Philipsin Wake-up Lightia.

Tutkimus kestää koko vuoden, mutta jo kahden ensimmäisen viikon jälkeen Wake-up Light -tutkimukseen osallistuvasta 200 henkilöstä 115 on päässyt sanomaan mielipiteensä siitä, miltä tuntuu herätä valoon herätyskellon sijaan. Niistä henkilöistä, jotka ennen tutkimuksen alkamista* sanoivat, että heillä oli vaikeuksia päästä sängystä ylös, ilmoitti 78 % sen nyt olevan helpompaa. Vastaajilta kysyttiin myös muiden perheenjäsenten kokemuksia. Peräti 74 % henkilöistä, joilla on kouluikäisiä lapsia, ilmoitti, että Wake-up Lightin ansiosta lapset on helpompi saada sängystä ylös.

Kansainvälisesti ansioitunut valoterapia-asiantuntija Philipsin Vitalight-osaston Senior Application Scientist -tutkijana työskentelevä **Dan Adams** tarkentaa:

– Philips suorittaa kenttätutkimusta vahvistaakseen sen, mikä alan tutkijoille on ollut selvää jo vuosikymmenien ajan: tarvitsemme valoa toimiaksemme normaalisti. Herätessämme ilman valoa kehomme ei tuota tarpeeksi ”hereilläolo-hormonia”, minkä vuoksi valtaosa ihmisistä tuntee olonsa tokkuraiseksi. Philips Wake-up Lightin avulla olemme kliinisesti osoittaneet, että auringonnousun simuloiminen tekee heräämisestä miellyttävämpää ja luonnollisempaa.

– Aiempien tutkimusten tulokset ovat olleet samansuuntaisia. Tämä on kuitenkin ensimmäinen kerta, kun suoritamme näin pitkään kestävän ja näin monta henkilöä kattavan kenttätutkimuksen äärimmäisissä olosuhteissa. Mikään ei voi olla pahempaa kuin täydellinen pimeys vuorokauden ympäri. Ensimmäiset tulokset osoittavat, että Wake-up Lightin ansiosta totaalisessa pimeydessä asuvat ihmiset heräävät huomattavasti luonnollisemmin, sanoo Philips Consumer Lifestylen Nordic PR Manager **Max Hellström** sanoo.

Haluatko lisätietoja Longyearbyenin tapahtumista?
YouTubessa on uusi video ihmisistä, jotka testaavat Wake-up Lightia. Saat lisätietoja myös osoitteesta www.philips.fi/wakeup ja Facebookista

* vastaukset Opinion Mattersin syyskuussa 2010 suorittamasta tutkimuksesta

Lisätietoja:

Max Hellström, Nordic PR Manager, Philips Consumer Lifestyle, max.hellstrom@philips.com, +46 708 32 21 05

http://www.philips.fi/uutiset

Kuvia, tuotetietoja ja kokeilupyynnöt:

Aino Ruikka, viestintätoimisto AC-Sanafor, aino.ruikka@acsanafor.fi, +358 40 706 8021

Philips
Royal Philips Electronics (Alankomaat) (NYSE: PHG, AEX: PHI) on kansainvälinen terveydenhuolto- ja hyvinvointiratkaisujen tarjoaja, joka keskittyy parantamaan ihmisten jokapäiväistä hyvinvointia ajankohtaisten innovaatioiden avulla. Maailman johtavana terveydenhuolto-, valaistus- ja lifestyle-ratkaisujen tarjoajana Philips yhdistää tuotteissaan teknologian ja muotoilun asiakaslähtöisesti sekä toimii tavaramerkkilupauksensa ”sense and simplicity” mukaisesti. Pääkonttori sijaitsee Alankomaissa, ja Philipsillä on 118 000 työntekijää yhteensä yli 60 maassa. Vuonna 2009 yritys saavutti 23 miljardin euron liikevaihdon ja se on markkinajohtaja niin lääketieteellisen sydän, akuutti- ja kotihoitolaitteiston kuin energiatehokkaiden valaistusratkaisujen ja lifestyle- ja hyvinvointituotteidenkin alalla. Tämän lisäksi Philips on vahvassa johtavassa asemassa taulutelevisioiden, miesten parranajo- ja karvanpoistotuotteiden, kannettavien ääni- ja videotuotteiden sekä hammashoitotuotteiden tarjoajana. Uutisia Philipsiltä: www.philips.com/newscenter