



PRESSINFORMATION

Stockholm 2000-03-07

20.000 svenska kvinnor i enkät:

- Samhället kräver att vi ska vara snygga

Den svenska kvinnan måste vara snygg. 9 av 10 kvinnor upplever att utseendet styr hur man blir behandlad av sin omgivning. Idealet är fotomodellen, skönheten från reklamen - som nästan ingen kan identifiera sig med...

De allra flesta är dock, trots allt, nöjda med sin kropp. Och ytterst få längtar efter en skönhetsoperation.

Lagom till Internationella Kvinnodagen publicerar butikskedjan The Body Shop resultatet av sin stora, landsomfattande undersökning om svenska kvinnors inställning till skönhets och välbefinnande. Gensvaret har varit enormt. Över 20.000 kvinnor har tagit sig tid att besvara de 30 olika delfrågorna.

- Resultatet av vår undersökning är överlag glädjande. Den svenska kvinnan har ett gott självförtroende och mår övervägande bra, säger Britt-Marie Börjesson, VD på The Body Shop.

- Men kvinnobilden i reklamen är ett problem, tillägger hon. Fotomodellerna upphöjs till ideal som många tror att de måste likna för att bli uppskattade.

Här är några fakta från undersökningen (där varje fråga har besvarats med alternativen aldrig, sällan, ibland, ofta och mycket ofta):

- 70% kan sällan eller aldrig identifiera sig med de kvinnor som visas i reklam för skönhets och mode.
- Det är viktigare att vara snygg än trevlig. 9 av 10 anser att utseendet styr hur man blir behandlad av omgivningen.
- De flesta skulle vilja se ut som en fotomodell. 60% säger att de mycket ofta, ofta eller ibland vill se ut som kvinnorna gör i reklam och modereportage.
- Kvinnobilden i reklam och media spelar stor roll för många. 8 av 10 tänker mycket ofta, ofta eller ibland på hur kvinnor avbildas i media/reklam idag.
- Hela 80% säger sig vara mer eller mindre nöjd med sin kropp. 40% känner sig ofta eller mycket ofta nöjda med sin egen kropp.
- 4 av 10 svenska kvinnor funderar ändå ibland eller ofta på att de skulle vilja ha ett nytt utseende.
- Mycket få är beredda att skönhetsoperera sig. En förkrossande majoritet (86%) svarar att de sällan eller aldrig överväger en skönhetsoperation.

För The Body Shop är undersökningen utomordentligt värdefull. Med synpunkter från 20.000 kvinnor finns nu ett underlag som kan bidra till att föra debatten om kvinnor, skönhets och välbefinnande till en högre nivå, något som The Body Shop känner ett stort ansvar för.

- Vi är inte emot skönhets, men vi är emot skönhets som förtryck. Vi vill få bort sexism, storlekshysteri och åldersångest. Skönhets handlar inte om att slaviskt följa moderiktiga trender, tvärtom är skönhets för oss någonting individuellt som är förknippat med självkänsla och självrespekt, säger Britt-Marie Börjesson.

För mer information och bilder vänligen kontakta:

Britt-Marie Börjesson, VD, tfn 08-442 43 40, brittmarie.borjesson@thebodyshop.se

Sandhya Forselius, Pressansvarig, tfn 08-442 43 44, sandhya.forselius@thebodyshop.se