

Presseinformation

21. oktober 2008

Strygning kan godt være maskulint

Ny undersøgelse af danskernes strygevaner viser, at det er kvinden, der stryger i 75 procent af alle danske hjem. Måske er det på tide med en forandring? Philips har udviklet et nyt strygejern, GC4641, specialdesignet til mændene, som måske kan skubbe lidt til strygebalancen i de danske hjem

Selvom de danske mænd foretrækker at sætte hustruen eller samboen til at stryge, så bruger de alligevel også en hel del tid med strygejernet selv. En undersøgelse fra Philips viser, at hver femte danske mand bruger fem minutter på at stryge en skjorte, og at mændene i snit er små seks minutter om at udføre denne opgave. Regner man med, at hver danske mand i gennemsnit stryger syv-otte skjorter om måneden, så løber det op i en hel arbejdsdag om året alene med strygning.

Kvinderne er en smule hurtigere, men med al den tid kvinderne bruger på at stryge deres bedre halvdels skjorter, så var det måske tid til at kigge sig om efter det, som der kan få mændene til at stryge deres egne krøllede skjorter? Måske med mere selvtillid og smartere strygejern!

Undersøgelsen viser nemlig, at hver femte mand anser sig selv som dårlig til at stryge, og at cirka hver fjerde helst vil stryge uden nogen form for distraktioner såsom småsnakkeri for at kunne fokusere mere. Musik og tv er dog ok at have kørende i baggrunden.

- Det kan selvfølgelig være en del af en større fordeling af huslige pligter, at det er kvinderne der stryger mest, men det kan også skyldes, at mændene tror, at vi er bedre til det, siger Ylva Bäckström, Consumer Marketing Manager i Philips. Men et godt strygeresultatet afhænger ikke så meget af hånden der stryger, men mere om det strygejern man bruger. Det er betydeligt nemmere at glatte krøllerne ud, hvis man har et godt kvalitetsstrygejern med den rette dampkapacitet. Desuden er det sjovere at tage sit strygejern frem, hvis det er flot og nemt at bruge.



Nyt, sort strygejern lokker mændene til strygebrættet

Disse faktorer har været centrale i udviklingen af det nye smarte strygejern GC4641, som kan være med til at lokke flere mænd til strygebrættene i fremtiden. GC4641 har funktioner såsom ekstra findeling af dampen som gør, at det går hurtigere at stryge.

Hidtil har der været en tradition for, at strygejern ofte har "feminine farver": lyseblå, lyserøde etc. Da Ylva Bäckström var til møde med kolleger fra hele verden, foreslog hun en udgave i en mere maskulin farve - og hun kunne henvise til, at mænd i Norden er flittigere strygere end mænd i de fleste andre europæiske lande.

Resultatet blev GC464I som er sort og har et flot design, der passer perfekt til alle, som gerne vil stryge med stil - og bruge mindst muligt tid på at få et flot resultat. Strygejernet er ganske enkelt perfekt til de nordiske mænd.

Philips GC464I, vejledende udsalgspris 899 kr.

Om undersøgelsen:

Undersøgelsen er foretaget af Zapera på foranledning af Philips i februar 2008. Over 1000 danskere har svaret på spørgsmålene i undersøgelsen. Respondenterne var mellem 20-60 år og udgør et repræsentativt udvalg af Danmarks befolkning.

For yderligere information, kontakt venligst:

Informationschef, Philips Danmark A/S

Erling Madsen,

Telefon: 33 29 35 36

E-post: erling.madsen@philips.com

Pr-assistent Marie-Louise Heegaard, Philips Consumer Lifestyle

Telefon : 33 29 36 09 – e-post : marie.louise.heegaard@philips.com

Om Philips

Royal Philips Electronics of the Netherlands er vidtspændende firma inden for helse og velbefindende, fokuseret på at forbedre menneskers liv gennem relevante nyskabelser. Som verdensleder inden for healthcare, livsstil og lys, integrerer Philips teknologi og design i menneskecentrerede løsninger, baseret på grundlæggende viden om forbrugerne og varemærke-løftet "sense and simplicity". Hovedkontoret ligger i Holland og Philips har cirka 133.000 ansatte i flere end 60 lande.

Med en årsomsætning på ca. 201 milliarder danske kroner i 2007 er koncernen markedsførende inden for hjertebehandling, akutbehandling og hjemmepleje, energieffektive lysløsninger og nye lysapplikationer, samt livsstilsprodukter der skaber velbefindende og glæde. Philips har således en stærk førerposition inden for FlatTV, shaving og grooming til mænd, bærbar underholdning og tandpleje.

Nyheder fra og informationer om Philips findes på
www.philips.com/newscenter og www.philips.dk