



Pressmeddelande
Stockholm 2012-10-02

Ny undersökning visar:

Svenskarna är bäst i Norden på att borsta tänderna

Svenskarna är bäst i Norden på att borsta tänderna, och framförallt är det kvinnor och äldre som är duktiga på att ta hand om sin munhälsa. Svenskar borstar i snitt tänderna 1,9 gånger per dag och anledningar till att hoppa över en tandborstning är trötthet, att det är för tråkigt eller tidsbrist. Ett sätt att underlätta och effektivisera borstningen samt förbättra sin munhälsa är att använda eltandborste. Eltandborsten är, utöver en investering för munhälsan, även en prisvärd produkt enligt Pricerunners genomförda undersökning bland svenska folket.

Allt fler människor prioriterar sitt välmående och ett medvetet steg i detta är att sköta sin dentala hälsa. I Pricerunners undersökning* framkommer det att eltandborsten är ett bra köp enligt svensken och den hamnar på en hedrande andraplats. Detta då den både har ett lågt inköpspris och har använts många gånger det senaste året.

Enligt en undersökning om munhälsan i Norden**, genomförd av Oral-B, framkom det att värmlänningarna är bäst i Sverige på att besöka tandläkaren regelbundet med sina två tandläkarbesök per år. Sett ur ett nordiskt perspektiv borstar svenskarna tänderna oftast, 1,9 gånger per dag, detta kan jämföras med finländarnas 1,6 gånger per dag.

- Borsttekniken är lika viktig som att borsta tänderna ofta. Oral-B arbetar hela tiden för att användaren, oavsett borstningsteknik, ska hitta en eltandborste som passar just deras behov. Ett redan brett utbud av eltandborstar har nyligen utökats ytterligare i och med lanseringen av TriZone, eltandborsten med helt ny teknik som passar den som föredrar känslan av manuell tandborstning men önskar effekten av en eltandborste, säger Peter Wallentin, PR-Manager Oral-B.

Forskning visar att Oral-Bs eltandborstar tar bort hela 100 procent mer plack än en vanlig manuell tandborste. Även eltandborstanvändarna uppger att de upplever en märkbar skillnad, ca 40 procent** av dem uppger att de känner en stor skillnad jämfört med manuell tandborste med mindre tandsten och bättre tandkött.

I undersökningen** framkommer det även skillnader mellan landsortsbor och bofasta i större städer. Huvudstadsbornas anledning till att de hoppar över en tandborstning är att de är för trötta eller att tiden inte räcker till, medan landsortsborna tycker det är för tråkigt. Män är sämre än kvinnor på att borsta tänderna, och då framförallt män i åldern 18-34 år.

Åldersgruppen 50 - 65 år är de flitigaste användarna av eltandborste, ca 53 procent är idag användare. Kvinnor är bäst på att ta hand om sina tänder, hela 82 procent av kvinnorna och ca 76 procent av männen borstar tänderna två ggr per dag.

För mer information om Oral-B, vänligen kontakta;

Peter Wallentin, PR-Manager, Oral-B
Telefon: +46 8 5352 8456
E-post: wallentin.p@pg.com

För bilder eller produktinformation, vänligen kontakta;

Madeleine Ahlgren
Telefon: +46 8 550 511 29
E-post: madeleine.ahlgren@mslgroup.com





*Undersökningen är gjord av Nepa, ett oberoende marknadsundersökningsföretag, och är baserad på en rikstäckande webbenkät med 1096 slumpvist utvalda personer i Sverige, i åldern 15-74 år. Underlaget är demografiskt representativt för populationen och resultaten baseras på statistiskt säkerställda svar. Snittpriset per produkt är baserat på medelvärdet på de 3-10 mest sökta produkterna inom varje kategori på www.pricerunner.se eller från andra informationskällor. Priset per användning är beräknat på inköpspriset genom antalet användningar det senaste året.

** Undersökningen är genomförd av YouGov. 6388 intervjuer har genomförts representativt bland den nordiska befolkningen, varav 3367 intervjuer på den svenska befolkningen. Urvalet var kvinnor och män i åldern 18 – 65 år och undersökningen genomfördes under perioden 24 maj till 4 juni 2012.

P&G Beauty

P&G Beauty making beauty dreams real. Med fler än 100 varumärken i närmare 130 länder är P&G Beauty ett ledande globalt skönhetsföretag. P&G Beauty erbjuder etablerade varumärken för att uppfylla alla skönhetsrelaterade behov, bland annat Pantene®, Olay®, Head & Shoulders®, Wella®, Max Factor®, Sassoon Professional®, Wellaflex®, Sebastian Professional®, Koleston®, Venus®, Gillette®, Oral-B®, Braun®, SK-II®, Wella Professionals® samt dofter från Hugo®, Boss® och Lacoste®. Besök www.pg.com för de senaste nyheterna och mer information om P&G och dess varumärken.