

BJÖRN BORG HAR BESÖKT NORDKOREA FÖR ATT SPRIDA KÄRLEK

Björn Borg har nu levererat sina underkläder till Pyongyang i Nordkorea. Resan har dokumenterats i form av en reseblogg och är en följd av att Björn Borg öppnade upp för en global omröstning (THE DROP) om vilken plats i världen som är i mest behov av kärlek och förförelse.

Över 53 000 personer röstade och nominerade sexuella "coldspots". 60 procent av rösterna kom från Sydkorea som i stort antal röstade på sin norra granne och dess huvudstad Pyongyang som i slutändan vann stort med över hälften av rösterna. På andra plats kom Chalmers i Göteborg, trea blev Vänsterpartiet.

Engagemanget i Björn Borgs "Weapons of Mass Seduction" tog fart när över 100 000 sydkoreaner under 24 timmar besökte Björn Borgs site. Detta bidrog till att Pyongyang, huvudstad i Nordkorea, vann stort med över hälften av rösterna.

Avsikten var från början att love-bomba den vinnande platsen med 450 par kalsonger från luften. När tävlingen väl var avgjord var Björn Borg tvungna att anpassa sig till situationen. Underklädesföretaget valde då att genomföra aktionen under radarn genom att skicka en oberoende journalist och fotograf till Nordkorea. Resan och försöket att exportera Björn Borgs Weapons of Mass Seduction till en av världens mest stängda diktaturer finns nu dokumenterat på: thedrop.bjornborg.com.

"Vi visste att Nordkorea skulle bli en tuff utmaning. Själva "nedsläppet" av kalsonger blev inte lika spektakulärt som det var tänkt, men när Pyongyang vann fick vi anpassa oss till förutsättningarna. Vi är stolta över att vi gjorde ett försök och att vi överhuvudtaget lyckades sprida lite underklädeskärlek i en av världens mest stängda diktaturer.", säger **Lina Söderqvist, marknadschef Björn Borg**.

Björn Borgs utsände reste in i landet på ett turistvisum och var, som alla som reser in i Nordkorea, övervakad av regimens "guider". Det fanns ingen möjlighet att röra sig fritt i Pyongyang och resrutten var i minsta detalj planerad av "guiderna". Björn Borgs utsände lyckades trots det ge bort underkläder till lokalbefolkningen, men ingen, vare sig "guiderna" eller någon privatperson, vågade ställa upp på bild när de tog emot gåvorna.

Internationella medier som Voice of America, Huffington Post och Wall Street Journal har rapporterat om det stora intresset i Sydkorea för att love-bomba Pyongyang.

Lina Söderqvist, Marketing Director, Björn Borg AB.

Phone: 46 708 18 77 73

E-mail: lina.soderqvist@bjornborg.com

About Björn Borg

The Group owns the Björn Borg trademark and its operations are focused on underwear. To that is offered sports wear and fragrances and through licensees also footwear, bags and eyewear. Björn Borg products are sold in around twenty markets, of which Sweden and Holland are the largest. The Björn Borg Group has operations at every level from branding to consumer sales in its own Björn Borg stores. Total sales of Björn Borg products in 2012 amounted to around SEK 1,6 billion, at the consumer level. Group net sales amounted to approximately SEK 551 million as per December 31, 2012, with 139 employees. The Björn Borg share is listed on the Nasdaq OMX Nordic in Stockholm since 2007.