



Pressemelding
21. oktober 2004

IKEA VISER NORSKE RUMPER

I morgen lanserer IKEA en stor sofakampanje som fokuserer på den norske rumpe. Fire kjente, norske fotografer har fått frie tøyler til å tolke norske rumper til kampanjen. IKEA har samtidig undersøkt hvilket forhold vi har til rumpene våre. 2 av 3 nordmenn er godt fornøyd med rumpen sin.

- I denne kampanjen ønsker vi å vise mangfoldet. Bildene som er tatt til kampanjen viser ikke veldreide modeller og retusjert hud, men helt forskjellige rumper etter fotografenes ønsker. Vi vil vise at det er rom for alle i en sofa fra IKEA, sier Mona Nordal, Reklamesjef i IKEA Norge.

Spørreundersøkelsen om rumper ble gjennomført onsdag 20. oktober av Infact på vegne av IKEA på et landsrepresentativt utvalg. Undersøkelsen viser blant annet at:

- 65% er fornøyd med den rumpen de har.
- Menn er mer fornøyd med bakenden enn kvinner, 73% mot 57%
- Bare 7% av de spurte svarer at de ikke er fornøyd i det hele tatt.
- Menn er mye mer opptatt av at en potensiell partner skal ha en lekker rumpe. 6 av 10 menn svarer at det er viktig at en potensiell partner har en flott stuss, mens bare 1 av 3 kvinner svarer det samme.
- De fleste er godt fornøyd med partnerens rumpe. Bare 1% svarer at de er misfornøyd med rumpen til partneren.
- Det er de som bor i Oslo som er mest fornøyd med partnerens stuss, nordlendinger og vestlendinger er mer kritiske.
- Kvinner liker sprettrumper aller best. Menn foretrekker runde rumper.
- Både menn og kvinner ville helst hatt en smalere stuss hvis de kunne endret noe.
- De fleste rumpene trivdes best i en sofa, - særlig kvinnerumpene. 39% av kvinnerumpene trivdes best i en sofa, mot 27% av mannerumpene.
- I bilen og på en kontorstol var ikke overraskende de minst populære stedene å plassere rumpen.
- Å sitte på barkracker er vesentlig mer populært i Nord-Norge, på Vestlandet og i Oslo. Trønderske rumper, derimot, liker barkracker dårlig.

- Rumpen er en velbrukt, men ærlig kroppsdelt. En kroppsdelt som vi i IKEA vil ta vare på ved å tilby gode sofaer til de mange menneskene. Heldigvis viser jo undersøkelsen at nordmenn er relativt godt fornøyd både med sin egen og partnerens rumpe, særlig når den sitter i en god sofa, påpeker Mona Nordal.

Om kampanjen

Fotografene som har tatt bilder til kampanjen fikk fritt spillerom av IKEA, - eneste føring var at bildene skulle fokusere på rumper uten klær. Bildene som er plukket ut er valgt for å synliggjøre mangfoldet. Både rumper som er gamle, unge, lyse, mørke, 501-rumpe og hverdags rumpe er tatt med.

Fotograf Camilla Isene har latt seg inspirere til et selvportrett i en kornåker, mens Albert Boulet har ønsket å ta et ærlig bilde av en rumpe med valker - godt utenfor idealvekten. Knut Bry og Øivind Haug har også tatt bilder av nakne rumper til kampanjen. Kampanjen vil være synlig fra og med i morgen på boards og i DM, og vil gå frem til 12. november.

For mer informasjon:

Mona Nordal, Reklamesjef i IKEA Norge, mobil: 91 63 14 78

Camilla Lindemann, PR- og informasjonssjef i IKEA Norge, mobil 99 50 60 10

Om IKEA

IKEAs forretningsidé er å tilby et stort utvalg form- og funksjonsriktige hjeminnredningsartikler til så lave priser at så mange som mulig får råd til å kjøpe dem. IKEA har i dag 175 varehus i 23 land som årlig besøkes av 310 millioner mennesker. I Norge har IKEA 5 varehus; 2 i Oslo, 1 i Bergen, 1 i Stavanger og 1 i Trondheim. 1670 medarbeidere jobber i de norske varehusene.