



Pressemitteilung

Lebensversicherung mal anders

Kondommarke LifeStyles fragt nach: Was ist den Deutschen der Schutz ihrer Gesundheit wert?

Köln, Februar 2009. **Fit in den Frühling – Nach dem Jahreswechsel ist das Frühjahr die nächste Jahreszeit der guten Vorsätze: ein paar Kilo abnehmen, sich gesünder ernähren und mehr Sport treiben. Alle diese Vorsätze haben eins gemeinsam: Sie zielen auf die Gesundheit. Kein Wunder, ist sie doch des Menschen höchstes Gut. Pünktlich zum Jahreswechsel hinterfragt die Kondommarke LifeStyles, wie viel den Deutschen der Schutz ihrer Gesundheit tatsächlich wert ist.**

Der Lebensunterhalt ist zum teuren Vergnügen geworden. Trotzdem sind insbesondere die Deutschen gerne bereit, sich vor unvorhersehbaren Ereignissen zu schützen und auch einiges dafür zu investieren: 2006 bezahlten die Bundesbürger monatlich 122 Euro für Versicherungsprämien und -beiträge, 35 Euro für Kfz-Versicherungen, 33 Euro für private Schaden- und Unfallversicherungen.*) Für Gesundheitspflege gaben die deutschen Haushalte nochmal 83 Euro aus.**)

„Wenn man sieht, was die Deutschen für Schutz im Allgemeinen bezahlen, ist es erstaunlich, wie wenig für Verhütung ausgegeben wird. Gerade im Hinblick auf die steigenden Infiziertenraten wird das Thema Prävention immer noch unterschätzt“, so Carola Halbfas, Marketing Manager bei Ansell, Hersteller der Kondome ES² und ER² der Marke LifeStyles.

„Dabei sprechen die Zahlen eine eindeutige Sprache: 2007 wurden 3000 neue Fälle von HIV diagnostiziert.“ In diesem Zusammenhang sollte man sich bewusst machen, dass ein Kondom der einzige Schutz vor AIDS und Geschlechtskrankheiten ist - und am Beispiel der Marke LifeStyles im Durchschnitt nur 30 Cent kostet.

*) Quelle: Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft, 2008

***) Quelle: Statistisches Bundesamt, 2006

****) Quelle: Deutsche Latex Forschung



Saisonales Kondomkaufverhalten

Doch es gibt einen Lichtstreif am Horizont: An den Wochenenden verzeichnet LifeStyles einen Anstieg der Verkaufszahlen. Gleiches gilt für die Jahreszeiten, in denen die Flirtlaune sprunghaft ansteigt: Im Sommer 2007 wurden rund 14 Prozent mehr Packungen verkauft als im Winter des gleichen Jahres. Auch Feiertage sorgen für ein Lust-Hoch: So erreichte der Freitag nach dem 1. Mai Spitzenverkaufswerte. Auch wenn das Thema „Gesundheit“ noch nicht zu jedem vorgedrungen ist, signalisieren diese Fakten zumindest ein gesundes Maß an Verantwortungsbewusstsein. Selbst wenn der Deutschen liebstes Kind wohl immer das Auto bleiben wird.

Über Ansell

Ansell ist ein weltweiter Marktführer auf dem Gebiet von Schutzprodukten. Mit Niederlassungen in Amerika, Europa und Asien und weltweit mehr als 11.000 Mitarbeitern bestätigt Ansell seine führende Position sowohl im Markt für Kondome als auch in den Märkten für Handschuhe aus Naturlatex und synthetischem Polymer. Im Februar 2008 verschmolz die Ansell GmbH in München mit der condomi health international GmbH. In der dadurch entstandenen Ansell GmbH, Geschäftsstelle Köln, bündelt Ansell Limited seine Aktivitäten auf dem deutschen Kondom-Markt und vertreibt als Exklusivpartner der Deutschen AIDS-Stiftung die Kondomsorten ES² (extra sensitiv) und ER² (reißfest) der Marke LifeStyles.

Mehr Informationen unter www.lifestylescondoms.de und unter www.ansell.eu

*) Quelle: Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft, 2008

**) Quelle: Statistisches Bundesamt, 2006

***) Quelle: Deutsche Latex Forschung



Über die Deutsche AIDS-Stiftung

Die Deutsche AIDS-Stiftung hilft seit 1987 HIV-positiven und an AIDS erkrankten Menschen in materiellen Notlagen. Bis heute erhielt die Stiftung mehr als 60.000 Anträge von bedürftigen Menschen und half Betroffenen in Not individuell und über Projektförderungen mit über 30 Millionen Euro. Seit dem Jahr 2000 unterstützt die Deutsche AIDS-Stiftung neben ihrem Engagement in Deutschland auch beispielhafte Hilfsprojekte weltweit. Ein Schwerpunkt der Projektförderung liegt im besonders von HIV und AIDS betroffenen südlichen Afrika. Mit ihren Hilfsleistungen hat sich die Deutsche AIDS-Stiftung zur größten AIDS-Hilfsorganisation in Deutschland entwickelt, die Betroffenen materielle und psychologische Unterstützung bietet.

Informationen unter www.aids-stiftung.de

Pressekontakt:

Serviceplan Brand PR
Eva-Maria Mueller
Brienner Straße 45 a-d
80333 München

Tel.: +49 89/2050-4126

Fax: +49 89 2050-4151

E-Mail: e.mueller@brandpr.de

*) Quelle: Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft, 2008

**) Quelle: Statistisches Bundesamt, 2006

***) Quelle: Deutsche Latex Forschung