

## **Prvo zabava, a onda seks**

**GfK - Centar za istraživanje tržišta proveo je za Tuborg istraživanje o ljetnim navikama mladih Hrvata, a pokazalo se da je zabava ipak ono što im je najvažnije tijekom tog dijela godine.**

**Koprivnica, 9. rujna 2009.** – Tuborg je kao organizacijski partner ili organizator prisutan na važnim glazbenim događanjima. Budući da jadranska obala ljeti postane dom za mnoštvo mladih ljudi željnih dobre zabave, Tuborg je i ove godine za njih organizirao *clubbing*. U najboljim hrvatskim klubovima svirala su neka od trenutačno najjačih imena iz svijeta elektroničke glazbe, kao što su Armin van Buuren, Tiesto, Roger Sanchez, David Morales i Carl Cox. Tuborgovo *clubbing* ljetno svoj je vrhunac doseglo na Tuborg Green Beatu, kada su od 12. do 15. kolovoza u klubu Papaya na Zrću za više od deset tisuća ljudi svirali Swedish House Mafia, Eric Prydz, Mark Knight & Dirty South i Pete Tong.

Pripremajući svoj ljetni *clubbing* Tuborg je od GfK – Centra za istraživanje tržišta naručio istraživanje o ljetnim navikama mladih Hrvata. Unatoč općeprihvaćenom mišljenju o ljetnoj raskalašenosti, *online* je istraživanje ( na uzorku od 200 ispitanika u dobi od 20

### **O Tuborgu**

Kako bi se zadovoljile potrebe mlađe populacije potrošača piva, koja prati najnovije trendove te kojoj su zabava i glazba sastavni dio života, 2005. godine na hrvatsko tržište uveden Tuborg. Smanjen udio alkohola po volumnoj jedinici te smanjena gorčina čine ga savršenim za dobru zabavu u dobrom društvu. Uz posebnost svojeg okusa i filozofiju *fun startera*, Tuborg se ubrzo nakon uvođenja na hrvatsko tržište izdvojio i svojim praktičnim pakiranjem s *povuci-potegni* čepom. Jednom riječju, radi se o pivu stvorenom za zabavu, pa je Tuborg u Hrvatskoj prisutan u najznačajnijim projektima vezanim uz glazbu i druženje. Na hrvatskom tržištu Tuborg dostupan u povratnoj boci od 0,33 i 0,5 l, nepovratnoj boci od 0,33 l i limenci od 0,5 l te kao točeno pivo. Početkom ovoga ljeta na tržište je uveden i Tuborg Lemon, u nepovratnoj boci od 0,33 l, jedinstven po svojem okusu limuna koji ga čini idealnim izborom tijekom vrućih dana.

do 25 godina reprezentativnom prema spolu i regiji, a provedenom u drugoj polovici srpnja ove godine ) pokazalo da je pokretač njihova ljetnog provoda ipak nešto drugo, što pokazuju i odgovori na sljedeće pitanje:

**Ljetne festivale i ostala glazbena događanja u pravilu/najčešće posjećujete:**

radi zabave	80%
zbog atraktivnih izvođača	17%
radi mogućih poznanstava koja rezultiraju seksualnim odnosom	1,5%
ne posjećujem ih	1%
radi poznanstava	0,5 %

No, sudeći prema sljedećim odgovorima, ljeto je s pojačanim intenzitetom zabave za mlade ipak poseban dio godine:

**U kojem dijelu godine češće mijenjate partnere?**

nema pravila	23%
ljeto	12%
proljeće	1%

**O Tuborgu**

Kako bi se zadovoljile potrebe mlađe populacije potrošača piva, koja prati najnovije trendove te kojoj su zabava i glazba sastavni dio života, 2005. godine na hrvatsko tržište uveden Tuborg. Smanjen udio alkohola po volumnoj jedinici te smanjena gorčina čine ga savršenim za dobru zabavu u dobrom društvu. Uz posebnost svojeg okusa i filozofiju *fun startera*, Tuborg se ubrzo nakon uvođenja na hrvatsko tržište izdvojio i svojim praktičnim pakiranjem s *povuci-potegni* čepom. Jednom riječju, radi se o pivu stvorenom za zabavu, pa je Tuborg u Hrvatskoj prisutan u najznačajnijim projektima vezanim uz glazbu i druženje. Na hrvatskom je tržištu Tuborg dostupan u povratnoj boci od 0,33 i 0,5 l, nepovratnoj boci od 0,33 l i limenci od 0,5 l te kao točeno pivo. Početkom ovoga ljeta na tržište je uveden i Tuborg Lemon, u nepovratnoj boci od 0,33 l, jedinstven po svojem okusu limuna koji ga čini idealnim izborom tijekom vrućih dana.

jesen 1%  
zima 0,5%

imam stalnog partnera/icu 62,5%  
(ne mijenjam)

**Ljetna poznanstva koja rezultiraju seksualnim odnosom najčešće započnu (tri od petnaest ponuđenih alternativa):**

u klubu 34,5%  
u kafiću 25,5%  
na plaži 21%

Provedeno je istraživanje pokazalo da mladi Hrvati ljeti ponajprije traže zabavu. No, najbolje bi bilo dublju analizu prepustiti stručnjacima te se prepustiti zabavi uz Tuborg.

**Kontakt:**

Damir Levak, specijalist za odnose s javnošću, tel: 01 24 04 350, fax: 01 24 04 351, mob:099 31 21 735, e-mail: damir.levak@carlsberg.hr

**O Tuborgu**

Kako bi se zadovoljile potrebe mlađe populacije potrošača piva, koja prati najnovije trendove te kojoj su zabava i glazba sastavni dio života, 2005. godine na hrvatsko tržište uveden Tuborg. Smanjen udio alkohola po volumnoj jedinici te smanjena gorčina čine ga savršenim za dobru zabavu u dobrom društvu. Uz posebnost svojeg okusa i filozofiju *fun startera*, Tuborg se ubrzo nakon uvođenja na hrvatsko tržište izdvojio i svojim praktičnim pakiranjem s *povuci-potegni* čepom. Jednom riječju, radi se o pivu stvorenom za zabavu, pa je Tuborg u Hrvatskoj prisutan u najznačajnijim projektima vezanim uz glazbu i druženje. Na hrvatskom je tržištu Tuborg dostupan u povratnoj boci od 0,33 i 0,5 l, nepovratnoj boci od 0,33 l i limenci od 0,5 l te kao točeno pivo. Početkom ovoga ljeta na tržište je uveden i Tuborg Lemon, u nepovratnoj boci od 0,33 l, jedinstven po svojem okusu limuna koji ga čini idealnim izborom tijekom vrućih dana.