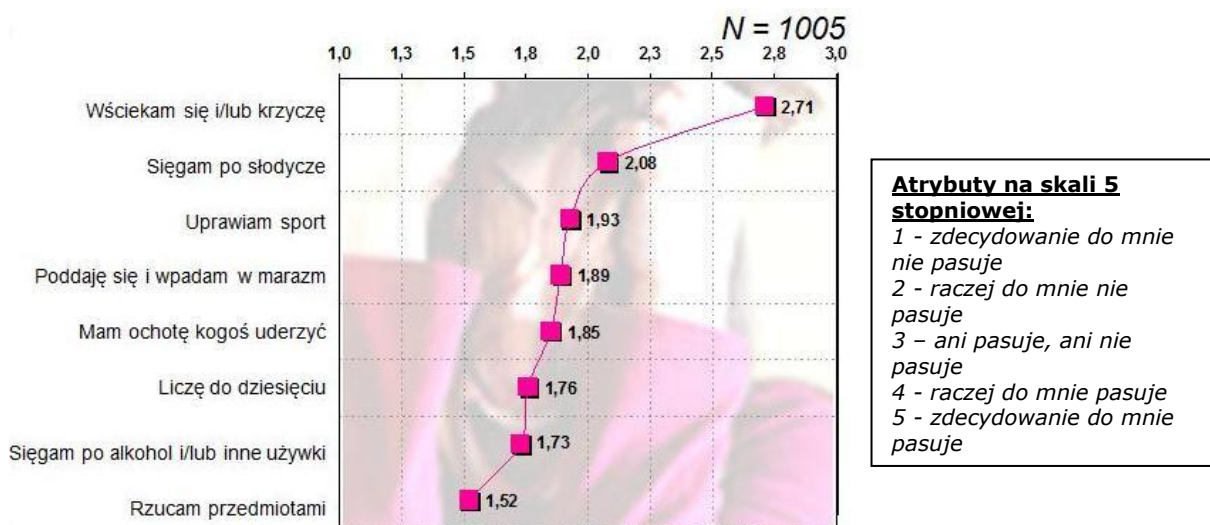


ZAJADANIE FRUSTRACJI BADANIA BURGER KING NA TEMAT FRUSTRACJI

Krzyk, wściekłość, zjedanie słodczy oraz uprawianie sportu to najczęstsze sposoby radzenia sobie z frustracją przez Polaków, jak wynika z badania* zrealizowanego przez TNS OBOP na zlecenie Burger King. Zostało ono przygotowane w ramach promocji produktowej dwóch nowych burgerów Gringo i Gaucho.

„Frustracja świadczy o naszej poprawnej egzystencji i jest wpisana w wielobarwny zestaw naszych emocji” – mówi dr Tomasz Sobierajski, socjolog, komentując wyniki badań. – „Pod lupę terapeutyczną brane są zazwyczaj tylko te jednostki, które frustrują się ciągle lub te, które nie frustrują się wcale. Pozostali, to tak zwana norma. Bo nie chodzi o to, czy się frustrujemy, tylko o to jak to robimy i jak sobie z tym radzimy.”

W badaniach OBOP na pytanie, w jaki sposób Polacy najczęściej rozładowują swoją frustrację aż 34% odpowiedziało, że krzyczy i wścieka się. 21% respondentów, w tym głównie kobiet, wskazało na zajadanie frustracji czymś słodkim, natomiast 18% ankietowanych, głównie mężczyzn, frustracja motywuje do uprawiania sportu. *„O ile uprawianie sportu jest konstruktywne, o tyle złość czy rzucanie przedmiotami może nie przynieść nam wiele pożytku” – mówi Tomasz Sobierajski.*



Gringo i Gaucho, bohaterowie promocji Burger King, to dwaj bokserzy, którzy zachęcają uczestników promocji do walki o atrakcyjne nagrody. *„Do przeprowadzenia badań skłoniło nas powszechnie egzystujące przekonanie, że frustracja jest czymś złym i zawsze prowadzi do agresji. Poczucie sfrustrowania można przełożyć na chęć wprowadzenia pozytywnych zmian i dokonania rzeczy „po swojemu” czyli w stylu Have It Your Way, charakterystycznego dla marki Burger King”* – mówi Anna Robotycka, PR manager marki Burger King. Badania OBOP-u potwierdzają, że Polacy nie są skłonni przekuwać frustracji w agresję. 15% respondentów przyznaje, że gdy czuje się sfrustrowana, ma ochotę kogoś uderzyć, natomiast tylko 8% ankietowanych wskazuje na rzucanie przedmiotami, jako sposób rozładowania frustracji.

Badania pokazują również, że w wyniku frustracji Polacy rzadko poddają się i wpadają w marazm – tylko 13% ankietowanych przyznało się do takich skłonności. *„Jedni się poddają, a inni postanawiają walczyć do końca”* – mówi dr Tomasz Sobierajski. – *„Frustracja zmuszała nas przez wieki do pokonywania przeszkód niemożliwych do pokonania, eksplorowania miejsc, które dotąd były nieodkryte i rozwikłania zagadek na pozór nierozwiązywalnych.”*

Mimo znacznej poprawy jakości życia w ostatnich latach w Polsce, wciąż w dużym stopniu frustrują Polaków sprawy codzienne: zdrowie, pieniądze i praca. *„Według badań CBOS z 2008 roku, statystycznego Polaka frustruje najbardziej zdrowie”* – podkreśla dr Tomasz Sobierajski. – *„Co czwarty rodak jest sfrustrowany pogarszającą się sytuacją materialną, a co piąty pracą – głównie jej utrzymaniem.”*

Polaków frustrują też wysokie wymagania i zbyt duże oczekiwania, co widać na przykładzie wyników anonimowej ankiety dla dziennikarzy na temat ich frustracji w pracy (vide: materiał dodatkowy).

„Ankiety wśród dziennikarzy przeprowadziliśmy, aby – używając metafory związanej z naszą promocją Gringo i Gaucho – dowiedzieć się kogo i co, ta grupa postrzega jako swojego Gringo, z którym muszą się walczyć na ringu codziennych zmagania. Niepokojące wyniki zmusiły nas do podjęcia konkretnych działań” – dodaje Anna Robotycka.

* Badanie Omnimas (CAPI, in home); N=1005; próba +15, reprezentatywna ze względu na wiek, płeć, wykształcenie i region zamieszkania.



Burger King to światowa sieć restauracji szybkiej obsługi, serwująca burgery grillowane na ogniu. Flagowy produkt Burger Kinga – burger Whopper – powstał 51 lat temu i każdy klient może go zamówić według swoich upodobań, zgodnie z filozofią „Have it your way”. Pierwsza restauracja Burger King została otwarta w 1953 r. w Miami, na Florydzie. Sieć obejmuje ponad 11.600 restauracji w ponad 73 krajach na całym świecie. W Polsce marka Burger King należy do koncernu AmRest, a restauracje są zlokalizowane w Warszawie, Wrocławiu, Bydgoszczy, Opolu, Słupsku, Koszalinie, Poznaniu, Legnicy, Lubinie i Krakowie. Więcej informacji można znaleźć na stronie: <http://www.burgerking.com.pl/>

AmRest Holdings SE (AmRest) jest największym niezależnym operatorem restauracyjnym w Europie Środkowo-Wschodniej. Zarządza ponad 333 restauracjami - Pizza Hut i Rodeo Drive (w segmencie Casual Dining) oraz KFC, Burger King, Starbucks i freshpoint (w segmencie Quick Service Restaurants) w Polsce, Czechach, Bułgarii, Serbii, Rosji i na Węgrzech. W Stanach Zjednoczonych AmRest zarządza 104 restauracjami Applebee's (Casual Dining).

Dodatkowych informacji udzielają:

Anna Robotycka

PR&CSR Manager

AmRest

e-mail: anna.robotycka@amrest.eu

tel. +48 (71) 386 11 20

Anna Marciniak

Solski Burson-Marsteller

e-mail: amarciniak@solskibm.pl

tel. +48 (22) 242 86 16

mob. +48 662 103 997

