



Nederlander vindt samen lachen en praten belangrijker bij eerste date dan uiterlijk

Tiel, 27 december 2016 - De eerste date is voor velen spannend, maar Nederlandse singles hoeven vanaf nu niet meer te stressen over hun uiterlijk voor de perfecte date. Uit onderzoek blijkt dat samen lachen en goed praten belangrijker is dan uiterlijk.

Wil je de kans op een horrodate vermijden dan doen singles er verstandig aan om in ieder geval niet onfris te ruiken en te klagen over een ex; volgens de meeste mensen de minst goede combinatie voor een geslaagde date. Dit blijkt uit representatief onderzoek uitgevoerd in opdracht van Emmi Fondü onder meer dan 1.000 Nederlanders.

Seks heel onbelangrijk tijdens eerste date

Samen lachen en goed kunnen praten staan met kop en schouder bovenaan als het gaat over de kwaliteit van de eerste date. Het uiterlijk speelt wel een rol in het geheel, maar is net als lekker eten ondergeschikt aan het eerstgenoemde. Kortom, niet te veel toeters en bellen qua make up, kleding via de laatste mode of een chique restaurant maar gewoon lekker kletsen en lol maken met elkaar, dan is de kans op een geslaagde eerste date het grootst. Overigens blijkt uit de cijfers dat seks amper een rol speelt tijdens de eerste afspraak.

1. Goed kunnen praten	69,7%
2. Samen lachen	64,5%
3. Uiterlijk van dating partner	24,8%
4. Lekker eten	18,3%
5. Seks	4,1%

Niet fris ruiken ultieme afknapper tijdens eerste date

Grootste afknapper tijdens een eerste date? Met stip op nummer één staat 'niet fris ruiken'. Maar liefst 55% van de ondervraagden vindt 'niet fris ruiken' tijdens een eerste date de grootste afknapper. Ook singles die alleen maar over hun ex praten komen er niet zo best uit.

1. Dating partner ruikt niet fris	55%
2. Dating partner praat alleen maar over zijn of haar ex	42,9%
3. Dating partner praat alleen maar over zichzelf	37,5%
4. Dating partner heeft geen humor	36,4%

Hand op de knip!

Een vraag die sommige singles al jarenlang bezighoudt; wie betaalt de rekening aan het eind van de avond? Opvallend is dat de meeste mensen vinden dat de rekening gedeeld moet worden. 48,1% vindt fiftyfifty en 31,4% vindt dat de man z'n portemonnee moet trekken. 20,2% vindt dat degene die uitnodigt moet betalen en slechts 0,4% vindt dat de vrouw moet betalen.



'Dare, Truth & Dippers' kaartjes maken de avond spannender

Wat kook je voor iemand die voor het eerst bij je komt eten?

Emmi Fondü kan het ijs breken. Makkelijk te maken en nog leuker, gezamenlijk eten uit één pannetje. Vaak zorgt kaasfonduen zelf al voor genoeg leuke gespreksstof, maar met de Dare, Truth & Dippers Cards van Emmi maak je het nog leuker en spannender aan tafel. Stel elkaar gekke vragen ("Wat is je raarste gewoonte?", voer elkaar gekke dippers (marshmallows, popcorn) of ga voor een *dare* opdracht ("Free style een liefdesgedicht voor je date"). Spelregels? Alles is mogelijk, zolang het maar een grappige avond wordt.

Verkrijgbaarheid

De Dare, Truth & Dippers Cards van Emmi zijn vanaf 2 januari 2017 verkrijgbaar via www.emmi-fondates.com. Emmi Fondü is verkrijgbaar bij AH, Jumbo, C1000, Coop, PLUS, EMTÉ, Hoogvliet, Vomar, Nettorama, Deen, MCD en Jan Linders.

Meer info:

www.emmi.com

www.emmi-fondates.com

www.emmicheesemagazines.com

Over Emmi

Emmi is de grootste leverancier van Zwitserse melk en een van de meest innovatieve premium zuivelproducenten in Europa. In Zwitserland focust het bedrijf zich op de ontwikkeling, productie en marketing van een compleet zuivelassortiment en verse producten, evenals de productie, rijping en handel van hoofdzakelijk Zwitserse kazen.

Buiten Zwitserland concentreert Emmi zich op brand concepting en specialiteiten voor de Europese en Noord-Amerikaanse markt, waarbij ook markten buiten Europa verder worden verkend. De primaire focus voor de verse producten ligt op lifestyle-, comfort- en gezondheidsproducten.

In de kaas business positioneert Emmi zich als marktleider op het gebied van Zwitserse kaas. De klanten van Emmi bevinden zich in retail, hospitality, food service en food industry. De Emmi Groep heeft in Zwitserland ongeveer 25 productielocaties. Emmi en haar dochterondernemingen zijn vertegenwoordigd in 13 landen, waarvan in zeven landen ook eigen productielocaties. Het bedrijf exporteert haar producten naar ongeveer 60 landen.

In 2015 had Emmi een netto omzet van 3,214 miljard Zwitserse Franken en een nettowinst voor bijzondere baten en lasten van 120,2 miljoen Zwitserse Franken. In de eerste helft van 2016 bedroegen deze respectievelijk 1,6 miljard en 60,8 miljoen. Het bedrijf heeft ongeveer 5.400 mensen (fte) in dienst.

Noot voor redactie, niet voor publicatie:

TOT Public Relations • Femke Scholtes-Fiers • T: 010 22 11 311 • E: femke@totpr.nl • I: www.totpr.nl

Meer informatie, een uitgebreid persdossier, beeld- en videomateriaal is te vinden op

www.totpr.nl/mediaroom/emmi.

