

Seks op een festival? Bah!

Mannen zijn viespeuken. Vrouwen zijn preuts. Althans, dat blijkt uit onderzoek onder een groot aantal festivalgangers. Blue Dolphin Health vroeg hun mening over persoonlijke verzorging en seks op festivals. Mensen die meer verlangen dan leuke muziek: even opletten.

Festivalavontuurtjes

De knallende optredens en het broeierige weer blijken een broedplaats voor gematigde hygiëne. Ja, ook daar beneden. De wasgelegenheden zijn schaars – en de rijen enorm. Tel daarbij uren van dansen, rennen en springen op en je geeft bacteriën vrij spel. En dan slaat toch zomaar ineens de vonk over met een persoon die naast je danst. Wat doe je?

Geen seks?

Als het aan 82% van de vrouwen ligt, dan mag de rits gesloten blijven. Voor hen hoeft de festivallust niet verder te gaan dan zoenen. De meest genoemde reden is niet zozeer onzekerheid over de eigen hygiëne, maar vooral over die van de ander. Dat lijkt het gevolg van door schade en schande wijs worden: met name de dames die al eens een tegenvallend festivalavontuurtje beleefd hebben gooien de deur op slot. Meer dan 1 op de 4 vrouwelijke festivalgangers geeft aan wel eens seks te hebben gehad met een onbekende.

Ook niet-single vrouwen, die het festival met hun partner bezoeken, wachten liever even tot thuiskomst. Saillant detail: bezoekers van Lowlands doen minder moeilijk over matige hygiëne dan die van Dance Valley en Mysteryland.

Sommige mannen lukt het wel

De heren stellen aanmerkelijk minder grenzen aan met wie ze tussen de (tent)lakens duiken. Een forse meerderheid van 88% zegt geen nee tegen een spontaan avontuurtje. Verrassend genoeg is slechts 1 op de 6 dit gelukt: aanmerkelijk minder dan de vrouwen.

Zijn er heren die doelgerichter te werk gaan? “Absoluut,” meent Maarten Smit, directeur van Blue Dolphin Health. Hij lanceerde vorig jaar Rin24, een intiem hygiëneproduct dat volledig is gericht op de man. De intieme wash gels en verpakte doekjes (voor onderweg) gaan sinds het begin van het festivalseizoen als warme broodjes over de toonbank. “Sinds mei is onze verkoop bijna verdriedubbeld.” Vooral de wipes, die mee kunnen in de portemonnee, vertonen in de aanloop naar elk groot festival en opvallende verkooppiek. “Met onze slogan ‘Go Fresh, Get Lucky’ is deze zomer in ieder geval niets overdreven,” grapt Smit.