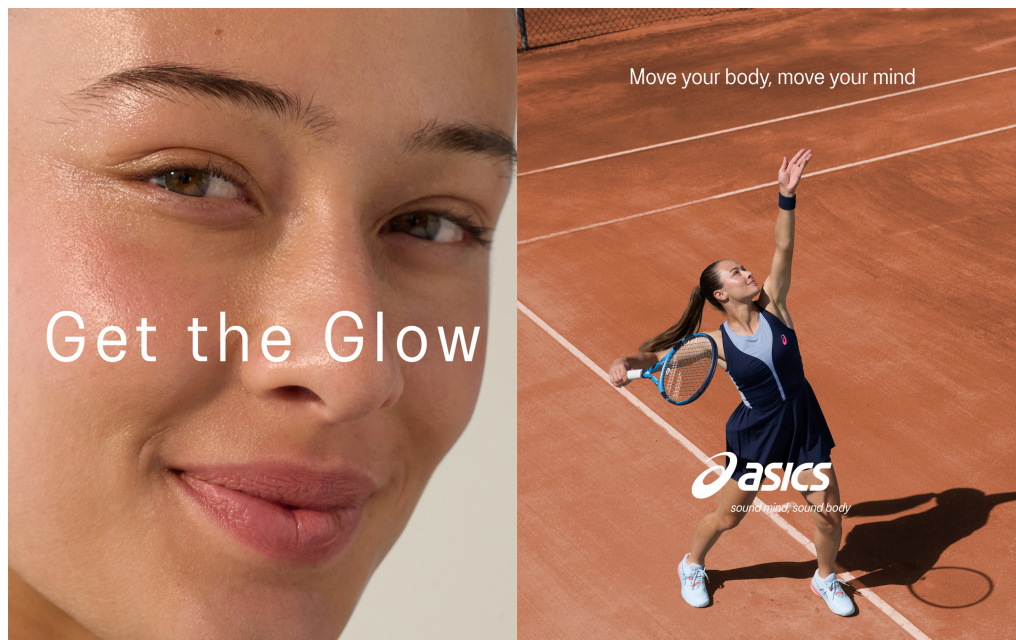




PRESSEMEDDELELSE
12. MAJ 2026

ASICS UDFORDRER SKØNHEDSRUTINEN: DEN KOMMER HELT NATURLIGT MED BEVÆGELSE

Det kræver kun 15 minutters daglig bevægelse at få både krop og sind til at stråle



Vi lever i en tid, hvor både filtre og avancerede skønhedsrutiner fylder mere og mere i jagten på den helt perfekte hud. ASICS peger nu på et simpelt alternativ for at opnå den eftertragtede glød helt naturligt, som er bevægelse. Derfor lancerer de i dag deres allerførste skønhedskampagne, der består af en række portrætter af mennesker, der alle er fotograferet lige efter en løbetur, gåtur, kamp eller træning. Alle de fotograferede udstråler energi og selvtillid, og man ser tydeligt den glød, der opstår, når kroppen er i bevægelse. Ambitionen med kampagnen er, at flere bliver opmærksomme på, at den naturlige glød kommer indefra og gennem bevægelse.

Kampagnen lanceres i en tid, hvor interessen for vores udseende og hudens glød er steget markant. Onlinesøgninger på hudrelaterede emner om glød er steget med 43 procent¹ det seneste år, mens samtalen på sociale medier om hvordan man hurtigt får den eftertragtede glød er steget med hele 375 procent². Udviklingen viser et behov for at opnå hurtige resultater, når det gælder at opnå den helt perfekte hud. Samtidig bruger vi mere tid og flere penge end nogensinde før på hudplejerutiner. Kvinder bruger i gennemsnit 22 minutter dagligt³ og over 136 timer om året på hudpleje, og det globale hudplejemarked har rundet 162 milliarder dollars i 2025⁴. Vores skønhedsrutiner bliver også mere og mere omfattende, og i dag har 74 procent af kvinder såkaldte flertrinsrutiner både morgen og aften, hvilket betyder, at man ikke længere bare bruger én creme, men i stedet har flere produkter, der bruges dagligt.⁵

Med "Get The Glow"-kampagnen håber ASICS at flere bliver bevidste om, at den grundlæggende kilde til både velvære og udstråling er bevægelse. Når vi bevæger os, stiger pulsen og blodcirkulationen, hvilket både gavner vores fysik og vores mentale tilstand samtidig



med at vi opnår en flot glød helt naturligt. Forskningsstudier fra ASICS viser faktisk, at der kun skal 15 minutters daglig bevægelse til for at opnå en positiv effekt og føle os mere energiske, oplagte og tilpas i os selv.⁶

"I ASICS mener vi, at bevægelse påvirker og gavner både krop og sind. Længe før glød blev noget, man kunne købe, opstod den helt naturligt gennem bevægelse. I en tid, hvor meget handler om iscenesættelse, vil vi sætte fokus på det, der er ægte. Den mest meningsfulde glød starter indefra og med bevægelse," siger Gary Raucher, Global Head of Marketing hos ASICS.

I Danmark er skønheds- og livsstils-influencer samt tv-personlighed Julia Sofia Aastrup ambassadør for kampagnen. På Instagram deler hun til daglig skønheds-tips og tricks og "Get ready With Me"-videoer med sine 306.000 følgere, og tror selv på at bevægelse gør noget godt for både krop og sind.

Julia Sofia Aastrup fortæller om kampagnen: *"Jeg elsker den følelse, jeg får, når jeg har været ude og gå en lang tur og bare været til stede i naturen. Det har altid været mit frirum og et sted, hvor jeg kan trække vejret lidt dybere og finde hjem i mig selv igen. Jeg er glad for samarbejdet med ASICS om kampagnen, fordi jeg oprigtigt tror på, at bevægelse kan løfte humøret og skabe en helt særlig ro og glød indefra og ud. Det er et budskab, jeg brænder for at dele og forhåbentlig inspirere andre til at mærke effekten på egen krop."*

Med "Get the Glow"-kampagnen håber ASICS at kunne inspirere flere til at finde deres indre glød gennem bevægelse. Det skal ikke være en hurtig genvej, men en enkel og tilgængelig vej.

ASICS afholder lige nu en lokal konkurrence i Danmark på, der slutter d. 17. maj. Her kan man vinde et par GEL-KAYANO 33 samt dertilhørende løbetøj. Du deltager ved at poste din naturlige glød efter bevægelse og tagge #GGWM og #GGWMDK på Instagram. Der trækkes lod om en vinder d. 18 maj. Vinderen får direkte besked.

OM ASICS

ASICS lægger stor vægt på deres grundfilosofi om, at sport og bevægelse bidrager positivt til vores mentale velbefindende. ASICS blev grundlagt i 1949 i Japan og har siden etableret sig som en af de førende sportsbrands. ASICS er overbevist om, at sport har en positiv indflydelse på menneskets psyke, og udvikler derfor produkter, der hjælper flere mennesker i bevægelse til gavn for både krop og sind. Det er ud fra den filosofi, at navnet ASICS kommer, da det er en forkortelse af det japanske udtryk "A nima S ana I n C orpore S ano", som betyder et sundt sind i en sund krop. For mere information, besøg www.asics.com/dk

BILLEDER OG VIDEOER

[Download kampagnes billeder og videoer her.](#)

PRESSEKONTAKT

1 Google Trends (Glimpse), global scope, January 2025 vs January 2026 comparison.

2 Google Trends (Glimpse), global scope, January 2025 vs January 2026 comparison.

3 Drive Research (2025) Skincare statistics and trends. Kan tilgås via: <https://www.driveresearch.com/market-research-company-blog/skincare-statistics-and-trends/> (Sidst besøgt: 11 February 2026).

4 Mordor Intelligence (2025) Skincare products market size and share: industry report, 2031. Kan tilgås via: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/skincare-products-market> (Sidst besøgt: 11 February 2026).

5 Drive Research (2025) Skincare statistics and trends. Kan tilgås via: <https://www.driveresearch.com/market-research-company-blog/skincare-statistics-and-trends/> (Sidst besøgt: 11 February 2026).

6 Results of ASICS' Uplifting Minds Study (2021/22), involving thousands of participants from across the globe and overseen by Dr Brendon Stubbs from King's College London, show it takes 15:09 minutes of physical activity to start to lift our mental state



Katja Kongsbak Søder
katja@brochnerbogild.com
+45 28356114

1 Google Trends (Glimpse), global scope, January 2025 vs January 2026 comparison.

2 Google Trends (Glimpse), global scope, January 2025 vs January 2026 comparison.

3 Drive Research (2025) Skincare statistics and trends. Kan tilgås via: <https://www.driveresearch.com/market-research-company-blog/skincare-statistics-and-trends/> (Sidst besøgt: 11 February 2026).

4 Mordor Intelligence (2025) Skincare products market size and share: industry report, 2031. Kan tilgås via: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/skincare-products-market> (Sidst besøgt: 11 February 2026).

5 Drive Research (2025) Skincare statistics and trends. Kan tilgås via: <https://www.driveresearch.com/market-research-company-blog/skincare-statistics-and-trends/> (Sidst besøgt: 11 February 2026).

6 Results of ASICS' Uplifting Minds Study (2021/22), involving thousands of participants from across the globe and overseen by Dr Brendon Stubbs from King's College London, show it takes 15:09 minutes of physical activity to start to lift our mental state

