

LINDEX

Lindex fremhever hvor viktig det er å undersøke brystene sine regelmessig

Med kampanjen «Support Your Sisters» ønsker Lindex å fremheve hvor viktig det er å undersøke brystene regelmessig og hvor viktig det er å støtte kreftforskning. Gjennom sterke portretter viser moteselskapet et nært og ærlig portrett av kvinner som har overlevd en kreftdiagnose takket være forskning. I løpet av oktober vil moteselskapet donere 10 prosent av hele BH-salget til Rosa sløyfe-aksjonen.



”Vårt høyere formål – å styrke og inspirere kvinner overalt – er kjernen i alt vi gjør hos Lindex.

Å være med og bidra til Rosa sløyfe-aksjonen i oktober er en hjertesak for oss, og for nittende år på rad engasjerer den rosa måneden både kunder og ansatte.

Sammen bidrar vi til den viktige forskningen som trenger donasjoner for å gjøre nye fremskritt”, sier Sanna Lindgren, Director of Culture & Communications hos Lindex.

Lindex’ kampanjebudskap «Support Your Sisters» handler både om hvor viktig det er å støtte og bidra til kreftforskning, men også hvor viktig det er å regelmessig undersøke brystene sine.

”Det tok mye mot for kvinnene i kampanjen å stå foran kameraet og vise frem både arr og kroppene sine etter å ha gjennomgått kreftbehandling. Vi blir helt rørt av de unike historiene deres, og er takknemlige for at de hjelper oss med å nå ut til kundene våre om hvor viktig det er å regelmessig undersøke brystene sine for å oppdage det som ikke helt stemmer, så tidlig som mulig”, sier Linda Olsson, Director of Global Marketing hos Lindex.

Målet med Rosa sløyfe-aksjonen er å vise solidaritet med brystkreftrammede, spre informasjon og øke kunnskapen om brystkreft samt å støtte brystkreftforskning. Aksjonsleder Marit Sophie Egge sier forskning på brystkreft er viktig for at flere kan overleve og at flest mulig får best mulig livskvalitet etter behandling.

”I år, som i fjor, setter aksjonen søkelys på tidlig oppdagelse fordi det redder liv. Jo tidligere brystkreft oppdages, jo bedre blir prognosen og behandlingen blir mer skånsom. Derfor er det viktig å bli kjent med egne bryst, og oppsøke lege ved forandringer. I tillegg har vi i Norge de

siste 26 årene hatt et godt og effektivt mammografitilbud til kvinner mellom 50 og 60 år. Mammografi redder liv, og det er viktig å møte til tiden når man blir innkalt”, sier hun.

”Lindex er en av aksjonens aller mest trofaste hovedpartnere og er en stor bidragsyter for å løfte brystkreftsaken. Alle de ansatte i Lindex som møter kunder hver dag, er viktige ambassadører, både for Lindex og for Rosa sløyfe-aksjonen”, avslutter Egge.

Hos Lindex selger vi også årets Rosa designsløyfe, designet av ByTimo, i våre butikker og på lindex.com. Hele salgssummen fra sløyfene doneres til Rosa sløyfe-aksjonen. I oktober går også 10 % av hele BH-salget til kreftforskning. På lindex.com finnes det en trinnvis veiledning om hvordan du utfører en selvundersøkelse. Veiledningen til selvundersøkelsen av brystene er en måte for moteselskapet å bidra til å spre kunnskap om hvor viktig det er å regelmessig undersøke brystene sine.

Lindex har vært engasjert i Rosa sløyfe-aksjonen siden den begynte i 2003, og har sammen med kundene sine samlet inn totalt EUR 17,7 millioner til kreftforskning.

For mer informasjon, kontakt:

Nina Haugen
Customer Experience Manager Norge
Mobil: 99 51 43 53
E-mail: nina.haugen@lindex.com

Lindex er en av Europas ledende motekjeder, med rundt 440 butikker i 18 land og salg online over hele verden gjennom tredjepartspartnerskap. Lindex tilbyr inspirerende og prisgunstig mote, og sortimentet inkluderer flere ulike konsepter innen damemote, barnemote, undertøy og kosmetikk. Lindex vokser, både i egne kanaler, franchise og sammen med globale moteplattformer. Lindex høyere formål er å styrke og inspirere kvinner overalt, og Lindex bærekraftløfte er å utgjøre en forskjell for fremtidige generasjoner ved å styrke kvinner, respektere planeten og sikre menneskerettighetene. Lindex er et heleid datterselskap av STOCKMANN plc. Mer informasjon er tilgjengelig på www.lindex.com.