

Lindex släpper ny undersökning om mens



Många svenska kvinnor upplever begränsningar i sitt vardagsliv på grund av sin mens. Det är insikten i en ny omfattande undersökning från Lindex med över 4000 svenska kvinnor. Undersökningen syftar till att belysa och undersöka kvinnors behov, och är en del i Lindex satsning inom femtech genom det nya varumärket Female Engineering.

"Mens är en stor del av kvinnors vardag och en majoritet av den tiden spenderas på jobbet. Vi satsar på produktinnovationer inom femtech och ville därför ta reda på hur det är för kvinnor att ha mens på arbetsplatsen", säger VD Susanne Ehnåge.

Undersökningen som Lindex har gjort tillsammans med Demoskop visar att mensen utgör en utmaning på svenska arbetsplatser. Av de över 4 000 tillfrågade kvinnorna uppger så många som 56 procent att det är ett stressmoment att ha mens på jobbet och 28 procent har känt sig begränsade i sin yrkesroll på grund av mensens. En av tre, 34 procent, uppger också att det har varit problematiskt att byta mensskydd på jobbet och den främsta anledningen är bristen på möjlighet att lämna sina arbetsuppgifter. Nästan hälften, 44 procent, uppger även att de någon gång blött igenom sitt mensskydd på sin nuvarande arbetsplats.

Bakgrunden till undersökningen är Lindex satsning och affärsutveckling inom femtech utifrån Lindex unika underklädeskompetens och högre syfte – att stärka och inspirera kvinnor. Det nya varumärket Female Engineering utvecklar innovativa och hållbara produkter för att tillgodose kvinnors behov genom livets alla faser. De banbrytande produkterna är framtagna utifrån flera års forsknings- och utvecklingsarbete tillsammans med forskare, textilingenjörer och produkt- och materialinnovatörer och först ut i sortimentet är en menstrosa.

"På 200 år har tre innovationer inom mensskydd nått den breda marknaden, bindan, tampongen och menskoppen. Det visar på att kvinnors hälsa och behov inte varit prioriterade, men idag håller stora satsningar inom femtech på att förändra detta och där är menstrosan en

riklig 'game changer' som dessutom är hållbar", säger Solgun Drevik, pionjär inom femtech och ansvarig för forskning & utveckling på Lindex för Female Engineering.

Fler resultat från undersökningen

- 30 procent av svenska kvinnor har känt sig obekväma när de har mens på jobbet
- 40 procent tycker att det är jobbigt att ta fram mensskydd på arbetsplatsen
- 88 procent har arbetsgivare som inte tillhandahåller gratis mensskydd på arbetsplatsen

Om undersökningen

Undersökningen har genomförts med hjälp av webbintervjuer i målgruppen kvinnor mellan 18–60 år. 4 187 intervjuer har genomförts och resultatet är vägt med avseende på ålder och geografi för att på bästa sätt motsvara målgruppen. Fältperiod för undersökningen var 20 juni – 8 augusti 2022

För mer information, kontakta;

Kristina Hermansson, Senior PR & Communications Manager

Telefon: +46 (0) 31 739 50 70

E-mail: press@lindex.com