

Lindex lanserar nytt globalt koncept 'Underwear for Life' – visar det verkliga livet i kortfilm



Nu tar Lindex ytterligare steg i sitt arbete att skapa inkluderande och igenkännande kommunikation. Med sitt nya underkläderkoncept 'Underwear for life' skildrar modeföretaget livet med alla sina svängningar och lanserar nu en kortfilm som sätter kvinnan och hennes behov i fokus.

"Med vårt nya underkläderkoncept vill vi återspegla det verkliga livet, med dess alla med- och motgångar, som man som mottagare kan känna igen sig i. Lindex har funnits för kvinnan i 70 år och vårt långa underkläderarv har gett oss en unik kunskap om kvinnors kroppar. Att stärka och inspirera kvinnor är grunden till allt vi gör och vi vill visa att vi finns där för att tillgodose hennes behov genom livets olika stadier", säger Linda Olsson, Global Marketing Director på Lindex.

Lindex nya underkläderkoncept 'Underwear for life' sätter kvinnan i fokus och som en del av konceptet lanserar Lindex en ny kortfilm som följer en kvinnas liv, från tidiga tonåren till klimakteriet och allt däremellan. Filmen är regisserad av Fiona Jane Burgess, som är känd för att lyfta det kvinnliga perspektivet och skapa meningsfull debatt.

I de sjuttio år som Lindex har funnits, har drivkraften alltid varit att skapa underkläder som kvinnor kan känna sig bekväma i och sortimentet utvecklas ständigt, från komfort till funktion och nytänkande innovation. För att få ytterligare kunskap kring kvinnors bh-storlekar genomförde Lindex 2021 en gedigen kundstudie* i Norden för sitt underklädessortiment. Utifrån underlaget från denna studie har modeföretaget sedan dess utökat med cirka 20 st bh-storlekar och har idag cirka 60 storlekar i sitt sortiment.

"Vårt storleksomfång för bh finns i 9 kupstorlekar från AA-H och med 8 omkretsar från 65–100. Vi täcker 93% av alla bh-storlekar som kvinnor i Norden uppger att de har enligt vår kundstudie. Man skulle man kunna tro att det räcker så men med vår expertis inom passform och komfort samt vårt ständiga fokus på att förstå kvinnors behov jobbar vi för att alla kvinnor ska kunna hitta sin bh hos oss", säger Elin Hergren, Design & Buying Manager på Lindex.

Se Lindex nya kortfilm [här](#).

**Undersökningen genomfördes under 2021, genom en onlinepanel med ett representativt urval av kvinnor i åldern 18-65 år i Sverige, Norge och Finland. Totalt 3600 intervjuer.*

För mer information, kontakta;

Kristina Hermansson, Senior PR & Communications Manager

Telefon: +46 (0) 31 739 50 70

E-mail: press@lindex.com