

LINDEX

Lindex arbeider for å bekjempe stigmaet rundt menstruasjon

Det at noe så naturlig som menstruasjon er et hinder i hverdagen for mange jenter og kvinner er noe Lindex ønsker å forandre. I forbindelse med Den internasjonale mensdagen 28. mai belyser moteselskapet det viktige temaet. For å bryte ned tabuet rundt menstruasjon og øke bevisstheten og retten til menshygiene, jobber Lindex aktivt med temaet på ulike måter.



«Det å fremheve Den internasjonale mensdagen er viktig for oss i Lindex, siden kvinnen og hennes behov alltid er i fokus for oss. Til tross for at menstruasjon er en naturlig del av livet for halvparten av verdens befolkning, er det fortsatt ofte omgitt av stigma og tabu – fra å skjule menstruasjonsprodukter på skolen til at menstruasjon blir ansett som noe skammelig i enkelte deler av verden. Økt kunnskap om menstruasjon er en viktig nøkkel til å bekjempe stigma og fremme menshygiene. Kvinners velvære og behov er grunnlaget for femtech-merket vårt, Female Engineering, der vi gjennom forskning og utvikling skaper innovative produkter som letter jenter og kvinners hverdag», sier Susanne Ehnbåge, CEO i Lindex.

Lindex' forretningsutvikling innen femtech er et initiativ der moteselskapet utvikler innovative produkter som forbedrer kvinners velvære gjennom de ulike stadiene av livet. Produkter som gjenbrukbare menstruser, badetøy med innebygd mensbeskyttelse, absorberende mammaundertøy og en innovativ produktlinje med klær for overgangsalderen som tar sikte på å lindre symptomer som hetetokter og nattesvette for kvinner som går gjennom overgangsalderen, er eksempler på innovasjoner.

Moteselskapet jobber også mye med menstruasjonstemaet gjennom ulike prosjekter og samarbeid. Lindex' strategiske partnerskap med WaterAid er et eksempel som fokuserer på å investere i rent vann og toaletter, øke kunnskapen om menstruasjon og bryte tabuer, noe som er

en forutsetning for at kvinner skal kunne være på skolen og på arbeid selv når de har mensesen.

For ytterligere å bidra til et systematisk skifte for å fremme kvinners helse med fokus på menstruasjon og for å øke kunnskapen om menstruasjon og kvinnekroppen, har Lindex også innledet et samarbeid med Next Period, som arbeider for å fremheve viktigheten av menstruasjon som en sentral del av kvinners helse, både nasjonalt og globalt.

«For å oppnå en endring, er samarbeid og økt bevissthet om menstruasjon nødvendig. Ved å jobbe for og fremheve dette viktige temaet ønsker vi å gjøre en forskjell, i tråd med det høyere formålet vårt om å styrke og inspirere kvinner overalt», sier Susanne Ehnåge, CEO i Lindex.

Kontakt:

E-mail: presse.no@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 Lindex Group plc. Mer informasjon er tilgjengelig på www.lindex.com.