

## Lindex arbetar för att bekämpa stigma kring mens



Att något så naturligt som mens fortfarande är ett hinder i vardagen för så många flickor och kvinnor är något som Lindex vill ändra på. I samband med Internationella mensdagen den 28 maj belyser modeföretaget den viktiga mensfrågan. För att bryta tabun kring menstruation och öka medvetenheten och rätten till menshälsa arbetar Lindex aktivt med frågan på olika sätt.

*”Att uppmärksamma Internationella mensdagen är viktigt för oss på Lindex eftersom kvinnan och hennes behov alltid är i fokus för oss. Trots att menstruation är en naturlig del av livet för hälften av världens befolkning är den fortfarande ofta omgiven av stigma och tabu - från att dölja sitt mensskydd i skolan till att menstruation betraktas som något skamligt i vissa delar av världen. Att öka kunskapen kring menstruation är en viktig nyckel för att bekämpa stigma och främja menshälsa. Kvinnors välmående och behov är grunden i vårt femtechvarumärke, Female Engineering, där vi genom forskning och utveckling skapar innovativa produkter som underlättar för flickor och kvinnor i vardagen”, säger Susanne Ehnåge, VD på Lindex.*

Lindex affärsutveckling inom femtech är en satsning där modeföretaget utvecklar innovativa produkter som förbättrar kvinnors välbefinnande genom livets olika faser. Produkter som återanvändbara menstrosor, badkläder med inbyggt mensskydd, absorberande gravidunderkläder och innovativ produktlinje av klimakteriekläder, som underlättar för kvinnor som lider av vallningar och nattliga svettningar, är exempel på innovationer.

Modeföretaget arbetar också brett med mensfrågan genom olika projekt och samarbeten. Lindex strategiska partnerskap med WaterAid är ett exempel som fokuserar på att investera i rent vatten och toaletter, öka kunskapen om mens samt bryta tabun, vilket är en förutsättning för att kvinnor ska kunna delta i skola och arbete även när de har mens.

För att ytterligare bidra till ett systemskifte för att främja kvinnohälsa med fokus på menstruation, samt öka kunskapen om mens och kvinnokroppen, har Lindex också inlett ett samarbete med Next Period som strävar efter att lyfta fram betydelsen av menstruation som en central del av kvinnors hälsa, både nationellt och globalt.

*”För att uppnå en förändring krävs samarbete och en ökad medvetenhet kring mens. Genom att arbeta för och belysa detta viktiga ämne vill vi göra skillnad, i linje med vårt högre syfte att stärka och inspirera kvinnor överallt”, säger Susanne Ehnbåge, VD på Lindex.*

**För mer information, kontakta;**

Kristina Hermansson, Senior PR & Communications Manager

Telefon: +46 (0) 31 739 50 70

E-mail: [press@lindex.com](mailto:press@lindex.com)