

Nová zpráva společnosti Lindex ze severských zemí upozorňuje na stigma, které je spojeno s ženským tělem.

Většinu severských žen negativně ovlivňují představy ideálního těla a hormonální změny. Tato skutečnost je uvedena v novém průzkumu agentury Norstat ze severských zemí, který provedla jménem společnosti Lindex a kterého se zúčastnilo více než 4 000 žen. Průzkum probíhal v rámci dlouhodobé snahy společnosti Lindex zdůraznit tělesnou a duševní pohodu žen a přispět ke zvýšení povědomí o ní.

Nový průzkum společnosti Lindex ukazuje, že 6 z 10 severských žen ve věku 18–75 let má pocit, že jejich tělesnou a duševní pohodu negativně ovlivňují obecně rozšířené představy o ideálním těle. Nejvýraznější se tento problém zdá být ve věkové skupině 18–45 let, kde 8 z 10 žen uvádí, že jsou negativně ovlivněny alespoň do určité míry. Průzkum také ukazuje, že mají 3 ze 4 žen ve věku 18–75 let zkušenost s tím, že jejich každodenní život negativně ovlivňují hormonální změny.

„Skutečnost, že je tolik žen negativně ovlivněno představou ideálního těla a hormonálními změnami naznačuje, jak je důležité zvýšit porozumění a zmírnit stigma obklopující ženské tělo. Jako významný hráč v módním průmyslu neseme zodpovědnost za prosazení změny a máme k tomu i dobrou příležitost. Naším impulzem je snaha podpořit ženy v nejrůznějších fázích života, od puberty až po menopauzu. Tím, že upozorňujeme na důležité problémy, zpochybňujeme zažitě normy a vyvíjíme inovativní produkty, se snažíme u žen prosazovat smysluplné změny. A právě to považuje Lindex za své poslání,“ říká Susanne Ehnbåge, generální ředitelka společnosti Lindex.

Lindex již dlouho prohlubuje své zaměření na každodenní život žen tím, že zdůrazňuje důležité otázky, podporuje iniciativy, které kladou důraz na zdraví a fyzickou a psychickou pohodu, a vyvíjí produkty se zřetelem na ženské potřeby. Zářným příkladem je femtech značka Female Engineering společnosti Lindex, která vyvíjí inovativní produkty splňující potřeby žen v různých fázích života – například vysoce funkční menstruační kalhotky a oblečení pro období menopauzy.

V rámci snahy o zvýšení povědomí o fyzické a psychické pohodě žen provedla společnost Lindex komplexní průzkum v severských zemích, do kterého byly zařazeny ženy ve věku 18–75 let.

Další zjištění vyplývající z průzkumu:

- 45 % žen ve věku 18–29 let uvádí, že jejich každodenní život často negativně ovlivňuje menstruace.
- 1 ze 3 žen ve věku 46–60 let uvádí, že na ně má často nebo vždy negativní vliv premenopauza nebo menopauza.
- 56 % z nich je přesvědčeno, že by jim prospělo lepší pochopení ze strany zaměstnavatelů, když se potýkají s hormonálními problémy.
- 48 % si myslí, že fyzické produkty přizpůsobené hormonálním potřebám by jim pomohly lépe zvládat jejich příznaky.

„Hormonální zdraví se nás týká každý den, ale je to téma, o kterém mluvíme jen zřídka – zejména v práci. Ve společnosti Lindex nás tato oblast zajímá a chceme se jí zabývat ještě více, protože jsme toho názoru, že porozumění a otevřenost mohou mnohé změnit. Chceme vytvořit pracoviště, kde jsou rozhovory o hormonálním zdraví vítány a kde znalosti vedou k lepší podpoře.“

Možná neznáme odpovědi na všechny otázky, ale víme, že můžeme udělat aspoň něco – a už teď jasně vidíme, jak mohou pomoci výrobky vytvořené na míru a větší povědomí. Toto je totiž jen začátek,“ dodává Susanne Ehnbåge.

O průzkumu

Tento průzkum je součástí zprávy „Nordic Women Report 2025“, kterou provedla agentura Norstat jménem společnosti Lindex ve spolupráci se společností Aller Media. Je založen na online průzkumu, na který odpovědělo více než 4 000 žen ve věku 18–75 let ze Švédska, Norska, Dánska a Finska. Kromě toho byly také provedeny hloubkové kvalitativní rozhovory s osmi ženami různého věku. Průzkum v terénu probíhal v květnu a červnu 2025.

[Na podrobný průzkum společnosti Lindex se můžete podívat zde](#)