

## Lindex inkluderar kundens välbefinnande i sitt hållbarhetsarbete

Lindex lanserar *Sustainable Woman* och inkluderar kundens välbefinnande i sina hållbarhetsmål. Med 98 procent kvinnliga kunder och som en stor aktör i en bransch som påverkar kvinnor, tar nu modeföretaget nästa steg för att bidra till välbefinnande och ett hållbart vardagsliv.

*”Kvinnan är allt för oss på Lindex. Som en stor aktör i modebranschen kan vi påverka kvinnors vardag genom vårt mode, kommunikation och hur vi agerar som företag. Vi vill ta vårt ansvar och göra vad vi kan för att vara en positiv kraft i våra kunders liv. Vi tar nu därför vårt hållbarhetsarbete ett steg längre och inkluderar kundens välbefinnande i våra hållbarhetsmål”,* säger Elisabeth Peregi, tf. VD för Lindex.

För Lindex har kvinnan alltid varit i fokus. Modeföretaget har länge arbetat på olika sätt för att förbättra och underlätta tillvaron för kvinnor, där dialog med kunden varit central. Ett exempel på detta är när Lindex integrerade större storlekar i alla sina modekoncept för att alla kvinnor skulle känna sig inkluderade. Förändringen bottnade i önskemål från Lindex kunder och har varit väldigt uppskattad.

Med *Sustainable Woman* höjer Lindex ribban och påbörjar nu ett arbete att definiera mål gällande kundens välbefinnande. Lindex kommer att involvera sina kunder i form av intervjuer, öppen dialog och genom en kundpanel.

Som en del av lanseringen av *Sustainable Woman* släpper Lindex en film som speglar den press och stress som finns kring många kvinnor idag och sätter fokus på vikten av ett hållbart vardagsliv.

Se filmen och läs mer om *Sustainable Woman* [här](#).