

> **PRESSRELEASE / 2016-02-08**

Coloplast lanserar SpeediCath® Compact Eve – prisbelönt tappningskateter som ser ut som en mascara

För många kvinnor är inkontinens ett vanligt men tabubelagt problem. Därför lanserar Coloplast, SpeediCath® Compact Eve, en tappningskateter som ser ut som en mascara. Genom att frångå utseendet hos traditionella sjukvårdsprodukter vill Coloplast visa hur man med hjälp av bra design kan göra skillnad för användarnas livssituation, och bryta tabu. Den nya designen gör katetern lätt att greppa, hantera, öppna och återförsluta och har vunnit flera internationella designpriser.

En av tio kvinnor upplever veckovisa urinläckage men endast 25 procent av dem uppsöker läkare. En anledning till detta är att inkontinens är ett tabubelagt ämne. Enligt en europeisk studie genomförd av Coloplast är ett icke-medicinskt utseende på tappningskatetrar en nyckel för att skapa acceptans hos användarna*.

– Många associerar utseendet hos en kateter med sjukdom, vilket kanske inte alls passar in i ens självbild. Vi har tagit fram en tappningskateter som ska vara praktisk rent funktionellt, men som även ska passa in i användarnas vardag. Med sitt eleganta och diskreta utseende smälter den in med det övriga innehållet i en handväska. Vi hoppas också att dess annorlunda design kan göra att fler vågar prata öppet om sina kontinensproblem och på så sätt motverka tabut, säger Helena Lundkvist, marknadschef för kontinensprodukter på Coloplast Sverige.

SpeediCath® Compact Eve har belönats för sin design i Red Dot Award, som ibland kallas ”designernas Nobelpris”, men även i International Design Excellence Awards, Medical Design Excellence Awards och Gold Award.

SpeediCath® Compact Eve har en trekantig form som gör att den är enkel att greppa och hantera, och den riskerar inte att rulla iväg. Den är lätt att öppna i ett steg, enkel att använda, och sedan smidig att återförsluta och slänga.

– Den har jättemånga fördelar. Den är lätt att använda och snygg också, jag kan ha med den i fickan när jag är och hälsar på hos vänner. För mig är det jätteviktigt att mina toaletsopor inte skriker sjukvård, säger användaren ”Monica”.

Några som vet hur design och mode kan påverka människors vardag är Swedish Fashion Council:

– Om designen i sig är fantastisk kan det bli en ”conversation piece” det vill säga något som i sig har kommunikationsvärde, vilket såklart sänker ribban för att vilja prata om det. Det är även så idag att våra livsstilsval och konsumtionsval är något vi vill visa upp för att markera identitet och tillhörighet och det är klart att en snygg design är mer attraktiv att använda ur ett identitetsperspektiv, säger Isse Smeds på Swedish Fashion Council.

Coloplast har även tidigare satsat på innovation och banbrytande design när de med hjälp av forskning tog fram ett stomibandage i världens mest diskreta färg.

* Källa: European Survey ”Women and IC” Jan 2015. För mer info om undersökningen och om kontinensproblem, se faktablad.

För mer information kontakta

Helena Lundkvist, marknadschef kontinens, tfn: +46 (0)300-332 70, e-post: sehl@coloplast.com

Andreas Normén, vd, tfn: +46(0)300-33277, epost: sean@coloplast.com

Bilder för fri publicering: Olof Mattson, tfn: +46 (0)70-958 96 31, e-post: olof.mattson@perspective.se

Coloplast utvecklar produkter och tjänster som gör livet enklare för människor med ett hälsotillstånd som är mycket personligt (intim sjukvård). Genom ett nära samarbete med användarna utvecklas produktlösningar som motsvarar kundernas speciella behov. Coloplast arbetar inom affärsområdena stomi, urologi och kontinens samt sår- och hudvård. Coloplast arbetar globalt och har över 10 000 anställda. Det svenska kontoret ligger i Kungsbacka, strax söder om Göteborg. www.coloplast.se