



Aller media

She

REPORT

TID FÖR EN NY GENERATIONS MAMMA

VAD INNEBÄR DET ATT VARA MAMMA 2020?

Vi står inför en ny tid och ett ständigt föränderligt samhälle med tydliga paradigskiften där mammarollen inte är något undantag.

Precis som med mycket annat går det trender inom moderskapet. Samtidigt som dagens mammor ska jobba heltid och göra karriär har man högre krav på sitt föräldraskap och värderar tid med familjen högt. Vi strävar efter ett jämställt föräldraskap även om mamman i många fall fortfarande är familjens projektledare. I dagens samhälle ser familjekonstellationer till viss del annorlunda ut än för 20 år sedan men mycket av idealbilden av moderskapet matas från sociala medier med rykande färska bullar i motljus och vackra snittblommor. Dagens mamma står helt enkelt inför helt andra typer av utmaningar men också möjligheter än tidigare generationers mödrar. Vilka det är kan du läsa om i She Report som svarar på den stora frågan hur det är att vara mamma 2020.

She Report är en återkommande rapport som vi på Aller media har skapat för att förstå hur Sveriges kvinnor tänker, känner och agerar i olika aktuella frågor. Vi arbetar dagligen för att ge Sveriges kvinnor ett rikare liv och en stor del av dem är mammor. Det här är vår tredje rapport och i höst är vi extra nyfikna på allt som rör föräldraskap. Vi undersöker frågor om den nya generationens mamma, deras relation till det nya digitala landskapet och hur man hittar gemenskap i mammarollen utan pekpinna och skuldbeläggande kommentarer.

I rapporten presenteras tre huvudinsikter från studien, samt en massa kunskap och trender om nya generationens mammor som vi hoppas ska inspirera. Trevlig läsning!

Jennie Knutsson

Kommunikationschef Aller media

A photograph of a woman with long blonde hair and a young child with blonde hair tied in a bun, both smiling and holding a bunch of fresh carrots. The woman is looking down at the child, who is looking at the carrots. The background is blurred, suggesting an outdoor setting like a garden or market.

43%

av Sveriges kvinnor
önskade att de hade
mer tid för familjen
en typisk vecka.

OM STUDIEN

She Report är till stor del baserad på analysmaterial som ligger till grund för vårt nya mammavarumärke Motherhood. Augur, som är specialister inom kunduppleverser har tagit fram materialet genom fokusgrupper med gravida och mammor till barn från 0-18 år, 0-18 år, samt trendanalys. Fokusgrupperna utfördes i Februari 2020. Aller medias analysavdelning har gjort kompletterande analyser med hjälp av en pop up-undersökning med frågor som ställdes på utvalda sajter (Allas, ELLE, Baaam, Hänt, Recept, MåBra och Femina) under perioden 24-27 augusti 2020. Insamlat antal svar 303.

TRE INSIKTER

1. Nya generationens mamma sid 4
2. Mammарollen och digitaliseringen sid 12
3. Systerlaget sid 18



NYA GENERATIONENS MAMMA

Huvudinsikt

Nya generationens mamma vill
fostra morgondagens changemakers.

VÄRDERINGAR

Mammor 2020 är medvetna och engagerade i samhällsfrågor som klimat, jämställdhet, politik och normkritik.

Ungas förändringskraft har aldrig synliggjorts eller uppmärksammats så tydligt som nu. Ett fenomen som också format om vår syn på uppfostran, eftersom uppdraget att fostra morgondagens changemakers ställer stora krav på föräldraskapet. Det adderar ett helt nytt perspektiv till begreppet barnuppfostran: förutom att forma det som ska bli en ansvarstagande och välmående individ läggs också fokus på att ge den värdegrund, kunskap och självkänsla som krävs för att göra världen lite bättre.

Från ett tidigare uppfostringsidéal med fokus på prestation och därigenom kunna *bli vad man vill* till fokus på att må bra och snarare kunna *vara den person man vill*.

20%
av kvinnorna
i åldern 30-39 år vill
bli en bättre förälder.

(Källa She Report Kvinnor, karriär och balans.)

CHANGEMAKERS

Att vara en changemaker är att bidra till förändring.

53%

arbetar aktivt
för att curla sina
barn mindre.

HELIKOPTERFÖRÄLDER

En förälder som kontrollerar och organiserar sitt barns liv till max i god tro om att de hjälper, men istället begränsar sitt barns frihet och förhindrar att barnet växer.

GRIT & GROWTH

Det har funnits en curlande trend i samhället under en längre period, men nu börjar det dyka upp en diskussion om det motsatta, där man är less på curling-kulturen och vill undvika helikopter-föräldraskap. Men det är inte helt lätt att balansera. Anledningen till att man curlar handlar kanske ofta om att få saker gjorda, få ihop livspusslet lite mer friktionsfritt, och att man gör det med sina barns bästa i åtanke. Samtidigt skapar det stress och dåligt samvete när vetskapen finns att barnen får sämre förutsättningar att lära sig stå på egna ben och hantera motgångar. Dessutom är omgivningen snabb att döma i frågan.

Många mammor uppger i studien att de jobbar aktivt emot att hamna där själva, med resultatet att de känner sig som en dålig förälder. Istället ser man en ökande trend bland yngre mammor att uppmuntra sina barn till ett "grit & growth-mindset" som ger barnen mer tålmodighet och jävlarannamma, som på så sätt får dem att växa och utvecklas.

VAD ÄR CURLING FÖR DIG?

”Att tänka åt dem. Typ packa gympapåsen och ge den till dem när man går, istället för att påminna kvällen innan att det är gympa imorgon, och förvänta sig att de tar med den. Ja, man kan säga att man har låga förväntningar på barnets förmåga och minne när man curlar barn.”

”Se till att barnet har det bra.”

”Kan vara både positivt och negativt. Att hjälpa och stötta, lagom eller för mycket.”

”Att göra sådant som stjälper deras utveckling. Att göra sådant som de lika gärna skulle kunna göra själva och dessutom lära sig något av. Att undanhålla svåra och krångliga livshändelser.”



”Att underlätta för barnen för mycket så de inte är förberedda för verkligheten när de blir vuxna.”

”Att man försöker hjälpa dem med “för” mycket så att de inte lär sig att de klarar av saker själva. Jag tycker att man ska hjälpa sitt/sina barn med mycket och ge mycket stöttning men även låta dem testa saker själva så att de lär sig att de klarar av mycket själva.”



”

Om jag går in på Instagram, vilket jag gör varje dag, och ser influencer-mammorna som hinner med så sjukt mycket och har ändlöst med pengar... Även om jag inte har ett sånt mål så påverkas jag av det. Åh hon äter sån här bra mat varje dag, det kanske jag borde prova...

YTTERLIGHETER ATTRAHERAR (och provocerar)

Både det perfekta tillrättalagda livet och diskbänksrealismen attraherar.

Dagens mammor matas dagligen med olika idealbilder kopplade till mammarollen, familjelivet och föräldrskapet. Idealerna finns dels i det egna nätverket av familj och vänner, men kanske allra mest i media – och framför allt i de sociala kanalerna. De flesta förstår att ingen lever ett perfekt familjeliv, men erkänner att de påverkas av alla tillrättalagda bilder i flödet och hur dessa "sänker självkänslan och värdet på min vardag".

GAMLA TABUN SUDDAS UT

Dagens debattklimat i kombination med sociala medier har flyttat skämskuddar och tabun från tidigare känsliga frågor. Forum, hashtags och digitala samlingsplatser har givit möjligheter och magstöd för en rad viktiga sakfrågor, särskilt för gruppen mammor. Idag vet vi till exempel betydligt mer om förlossningsskador, post-natal depression och amningsproblematik än för bara två år sedan. Känslan av att inte vara ensam, möta bekräftelse och igenkänning är de grundläggande krafterna bakom dessa community-drivna initiativ. De har dessutom en stark förändringskraft som är tydlig för målgruppen, men uppskattas också av mammor som känner igen sig men är förbi ämnet. Där blir det istället ett stort engagemang kring känslan av upprättelse.



Foto Wilma Orr - Studio Emma Svensson

Asabea Britton är barnmorskan som brinner för att folkbilda om kvinnor och nyföddas hälsa. Med sitt instagramkonto har hon hittat en unik plattform för att sprida kunskap om graviditet och förlossning. Med färgstarka bilder, korta stories och livechatt skapar hon det som hon själv sökte som gravid.

[instagram.com/asabea](https://www.instagram.com/asabea)
asabea.baaam.se

"Jag vill med min blogg och mitt instagramkonto visa och normalisera barnafödande, post partum och amning. Det är saker som så många går igenom men som fram tills nyligen har hållits bakom stängda dörrar. Jag tror det är jätteviktigt att prata om dessa omvälvande saker, dels för att ge ökad kunskap som kan göra det mindre svårt men också för att man ska känna sig mindre ensam och förhoppningsvis mindre rädd för det okända."

Asabea Britton

Folkbildare, barnmorska och influencer på Aller media.



Som mamma är jag projektledare för familjeföretaget, jag har koll på allt inklusive min mans familj och vänner, och barnens aktiviteter, skolan, läxor, vänner, föräldrar... Inte konstigt att man blir utbränd...

JÄMSTÄLLDHET I RELATIONEN

Många mammor i studien uttrycker en stark önskan om ett jämställt föräldraskap. Insikterna, kunskapen och viljan finns – ändå når man inte målet.

I gravid/bebis-fasen har många en tydlig och gemensam bild av hur de ska fungera tillsammans med sin partner: att de ska vara ett team med ett gemensamt fokus och likvärdiga insatser. Denna teamambition avtar dock tydligt ju äldre barnet blir.

Mammor till äldre barn vittnar om att verkligheten blivit något annat. En majoritet ser sig som "familjens projektledare" med hela ansvaret för ett fungerande familjeliv. Här är vissa tillfreds med uppdelningen, där varje förälder gör det man är bäst på. Men det finns också både bitterhet och uppgivenhet över att gamla strukturer kan vara så svåra att riva.

”

De mest jämställda är de som separerat från sin manliga partner.

Det är inte ovanligt med separationer i småbarnsåren och de mammor i studien som separerat från sin partner menar att de nu har en mer jämställd relation, eftersom barnets pappa tvingats till större ansvar.

Skammen som kan kopplas till en ojämsälld relation ger ytterligare en dimension i frågan. Dagens mamma vet mycket väl vad en icke-jämställd vardag gör med hälsa och relationen, och att det inte är optimalt för barnen heller. Omgivningen är snabb att ifrågasätta och skuldbelägga och många upplever att pressen att äga och driva sitt liv, i rollen som kvinna och mamma, alltid är närvarande.



MAMMAROLLEN & DIGITALISERINGEN

Huvudinsikt

Barnens digitala liv är en stegrande källa till oro i mammornas liv.





7 av 10

mammor begränsar
sitt barns skärmtid.

”

*Jag har försökt införa att efter klockan nio på kvällen ska alla lägga bort mobiltelefonen, att det är mobilförbud då. Barnen klarar det oftast bra, men jag har svårare med det själv och smyger iväg för att kolla mejlen eller Facebook. Ibland ser barnen det och bara...
Mamma!!! Jag är en så dålig förebild!*

Älskade och hatade skärm! De flesta mammor har ett dubbelt förhållande till skärmen idag. Och ännu fler upplever dessutom att de förväntas ha en aktiv åsikt om den. Är du för eller mot? Och alla förväntas ha ett motiverat svar på frågan "hur gör du med barnens skärmtid?"

Topp tre anledningar till att mammor vill begränsa sitt barns skärmtid

1. Märker att barnen mår bättre av mindre skärmtid.
2. Anser att det tar tid från sociala aktiviteter och fritidsaktiviteter.
3. Det tar tid från fysiska aktiviteter.

RELATIONEN TILL TEKNIK

Det digitala livet upptar allt mer av barnens tid och vardag och det stegras ju äldre barnen blir. I yngre år handlar det om att hitta en balans för barnens digitala liv, där skärmtid inte tar över all annan fritid och att den tid som oundvikligen tillbringas framför skärmen är någorlunda lämplig. En annan aspekt är hur man hanterar konflikter som uppstår kring skärmen. Framåt puberteten handlar det istället mer om oro för att barnen ska bli helt skärmberoende och vilka faror som finns "på andra sidan" (såsom nätmobbing, porr och groomande vuxna).

Mer och mer av kommunikationen med barnen sker idag via digitala kanaler som sms, Whatsapp och Snapchat och många följer sina barns instagramkonto. Det är tydligt att mammorna känner sig oroliga och maktlösa inför internets faror och hur de ska sätta gränser, hantera och få inblick i sina barns internetvanor. De som försöker sätta sig in i och kommunicera med sitt barn via de appar som används upplever att så fort de fått grepp om hur de funkar har barnen gått vidare till något nytt.

SHARENTING

En stor ny generationsfråga som handlar om barnens integritet och om det spelar roll att dela eller inte dela bilder på sitt barn på publika nätverk

”

Det finns så mycket skräp som jag inte vill att mina barn matar sig med hela tiden.

Skärmtids-shame

Det råder ett hat-kärleksförhållande till teknik och skärmtid bland dagens mammor. Man har en hög ambition om att minska skärmtid för sina barn, samtidigt som det ofta kan vara lösningen för att få ihop livspusslet och vardagskaoset.

42%

har någon gång känt skam för att deras barn tittar för mycket på skärmar.

BOKTIPS

Hjärnan, skärmen och krafterna bakom
av Sissela Nutley

TIPS

Google har en guide för barn som ska börja använda internet: [Be Internet Awesome](#)



”

Många barn behöver resonera kring fomo: fear of missing out. Paniken över att inte missa något om de inte hela tiden kollar av telefonen och sociala medier.

Foto Maria Östlin

OM ONLINESÄKERHET

med Maria Dufva

Kriminolog och författare.

Hur kan man hålla koll på vad ens barn gör på internet?

Det bästa är att ha och vårda en nära och trygg relation till barnet så ni kan prata öppet om nätets för- och nackdelar: om allt som kan hända.

TIPS

- Se över alla grundinställningar på alla era skärmar. Det finns filtrerande tjänster på de flesta arenor där barn hänger och det bästa är att hantera dessa inställningar redan när barnet laddar ner spelet eller det sociala mediet. Till exempel kan du under inställningar på Youtube välja "begränsat läge": då döljs videos som kan ha innehåll för vuxna.
- Kolla sökhistorik för att få en bild av vad ditt barn söker efter och prata utifrån det.
- Barn pratar med oss om det som vi pratar med dem om. Prata normer, genus och ideal. Prata om påverkan. Jag rekommenderar att ni tittar på barnets flöde tillsammans och resonerar om det som visas.

Vad är dina bästa tips när det kommer till att planera sina barns skärmtid?

Givetvis är det olika för olika åldrar och olika individer, men oavsett behöver vi alla få koll på hur vi använder skärmar och till vad.

TIPS

- Sätt er tillsammans och resonera utifrån ett cirkeldiagram, ett dygn har 24 timmar och det gäller för alla. Räkna antal timmar för sömn, motion, skola, måltider, läsläsning, socialt häng med familj och vänner osv. Gör ni detta blir det tydligt och överskådligt för er alla. Jag anser att barn har rätt till ett digitalt liv, har rätt till att hänga med kompisar i spelen och på sociala medier. Samtidigt behöver vi alla, även vuxna, fundera på hur vi kan hamna i ett beroende.
- Resonera kring skillnaden mellan att använda skärm till läxan eller lära sig spela piano jämfört med att passivt bara scrolla igenom vad alla andra postat på sociala medier.
- Många barn använder sina telefoner under natten. Fråga er: behöver mitt barn använda telefonen under natten?
- Skaffa en klockradio med lysande siffror så slipper barnet öppna sin telefon för att se vad klockan är.
- Sätt skärmtid på spel och sociala medier. Många barn med föräldrar i olika hem vill kunna ringa dygnets alla timmar.
- Skaffa gemensamma beslut: ska vi ha telefoner vid matbordet? Ska mitt barn äta på rummet medan hen spelar? Ska mitt barn äta i sällskap av en skärm? Ska vi ha en skärmfri timme varje kväll där vi umgås och gör saker tillsammans?

FÖR MER TIPS

Följ Maria på Instagram: [mariadufva](https://www.instagram.com/mariadufva)

MAMMOR OCH MEDIER

Att gå via sociala medier för att få hjälp och inspiration i sitt föräldraskap är mer självklart för många av mammorna i studien än att söka sig till traditionell media. Det framgår även i studien att mammorna föredrar "vanlisar" över kändisar och att det är stor skillnad på influencers och influencers även om det kan vara kittlande att få en inblick i kända profilers till synes perfekta liv. Den typ som går hem hos målgruppen är de som inte visar en allt för tillrättalagd verklighet, som har självdistans och blandar högt och lågt i sitt influencerskap.

Yngre mammor ger uttryck för att de uppskattar och söker sig till videoinnehåll kopplat till föräldraskap både i underhållningssyfte men också för att lära sig och förstå kommande utmaningar.

Mammorna i studien var sällan själva delaktiga i publika forum utan tar hellre del av det som skrivs där antingen i underhållningssyfte eller om man vill ha svar på en specifik frågeställning. Mindre facebookgrupper kan däremot fylla ett syfte, så länge de inte blir för stora eller om tonen i forumet går från pepping till shaming.



MEDIETRENDER

1. Sociala medier default kanal för allt

Linjär TV & traditionell media används mindre. Instagram, Snapchat, YouTube etc. är de nya startpunkterna för mediekonsumtion.

2. Innehåll är gratis

Vare sig det är nyheter, skvaller, krönikor eller fördjupningar utgår den yngre generationen i allt större utsträckning från att innehåll idag är gratis.

3. trovärdighet ligger hos privatpersoner

Följer/litar på privatpersoner ("influencers") snarare än varumärken (dock med växande skepsis mot framväxande influencer-industrin).

4. Video & bild ersätter text

I allt större utsträckning rörlig bild/memes/gif:ar framför text. Frågan "Hur man ammar" eller "hur man sätter upp en tavla" ställer man troligen först till Youtube.

5. Rörelse mot intimare/privata forum

Vad det gäller diskussioner och dela med sig av sig själv överges publika nätverk (Facebook etc.) till förmån för privata och slutna forum och chatgrupper (whatsapp, Messenger, Kik etc.)

6. Konstant kurering av multipla publika personas

För yngre generationer levs livet idag primärt via digitala kanaler. Det innebär att upprätthållandet av publika (digitala) personas (Instagram-profil, LinkedIn-profil etc) blir en allt större del av det moderna identitetsskapandet.

7. Företag & varumärken bedöms allt mer utifrån värderingar

För yngre människor är det viktigare att välja företag som delar ens värderingar. Syftesdrivna varumärken och varumärken som tar ställning attraherar.

A photograph of three pregnant women of diverse backgrounds looking at a smartphone together. The woman in the center is holding the phone. They are all smiling and appear to be in a bright, indoor setting.

SYSTERLAGET

Huvudinsikt

Från mom-shaming till mom-pepping

Utöver att vi ska jobba heltid, hämta tidigt, hinna träna, skjutsa till fritidsaktiviteter, vabba och ha ordning hemma, ska vi också sätta gränser, tycka och göra rätt. Idag finns det ett starkt strålkastarljus på föräldraskapet och ofta med mammorna i spetsen. Det bedöms hur man är som förälder, vad man gör och inte gör och det blir väldigt tydligt att det finns ett "rätt och fel" i andras ögon.

”

Personal kritiserade mig öppet när jag valde att jobba heltid, min man fick inte sådan kritik.

Två av fem mammor uppger att de någon gång har fått skuldbeläggande kritik angående sin mammaroll, så kallad mom-shaming. I första hand kommer kritiken från någon i familjen (28%) och näst vanligaste källan till mom-shaming är andra mammor (22%).

Mammarollen i kombination med egna och samhällets förväntningar är bitvis alldeles för tung att bära och det finns ett stort behov av stöd och kompass i allt detta.

Kvinnor och mammor har alltid haft en samhörighet. Det moderna samhället kan göra mammaskapet ensamt, vi rör oss på olika ställen och särskilt den urbana kvinnan kan ha svårt att hitta en gemensam plattform med andra mammor. När du bor i en stad har du ofta relationer knutna till jobb och arbetskompisar – en kontext du lätt faller ur när du är hemma med barn. Mammagrupper är en konstruerad community med målet att få mammor att mötas. Men digitaliseringen har öppnat upp för ännu större möten, något som många i undersökningen hyllade. Idag behöver man inte känna sig som en ensam mamma, gemenskapen kan bara vara ett klick bort.

43%
har upplevt
mom-shaming.



MOM-PEPPING

”Mom-pepping” är en motrörelse och motreaktion på all mom-shaming och kritik som mammor ofta får utstå (normer, ideal, saker de förväntas göra/klara). T.ex. syns ”Good enough is perfect”-rörelser på initiativ från mammor på internet.

8 av 10

kvinnor har den senaste veckan sagt eller gjort något för att peppa någon annan i sin omgivning.

(Källa: She Report Kvinnor, karriär och balans)



”

Jag har behov av att älta utmaningen med att få ihop livspusslet. Jag vill få bekräftelse på att andra också kämpar med samma saker som jag.

MAMMOR ÖNSKAR ETT SAMMANHANG

Systerlaget handlar om samhörighet och gemenskap mammor emellan. Mammor är en unik och speciell grupp som håller ihop, har varandras rygg, uppmuntrar och peppar snarare än kräver och dömer. I systerlaget är inget fel, skamligt eller dumt. Man kan prata om det som är riktigt jobbigt och utelämnande lika väl som det som är glatt och roligt!

Systerlaget finns där som en härlig gemenskap att omfamnas av, ha roligt tillsammans med, känna stöd från och känna igen sig i. Systerlaget delar erfarenheter och perspektiv och hjälper varandra att växa genom moderskapet.



EN MAMMA SÖKER SIN BY

Man pratar om "the village-less mother". En mamma som söker sin by, och begreppet säger något om föräldrskapet i dagens samhälle. Det syftar såklart till det naturliga nätverk av familj, släkt och grannar som historiskt varit en naturlig del av livet, men som inte längre är det. En struktur som format oss och våra barn i generationer – men som gått förlorad längs vägen när stora delar av världen formats om.

Vi är på många sätt på helt nya sidor i boken om kvinnans historia. Metoo och andra starka rörelser och röster har ritat upp helt nya förutsättningar. Digitaliseringen har dessutom sett till att skiftet går i rekordfart. Och när kvinnans roll förändras påverkar det självklart hur hon är som mamma.

Att gamla normer och strukturer ifrågasätts och luckras upp är bra, men ger samtidigt plats för nya ideal och tusen tolkningsmöjligheter. När valen är så många, vilken väg ska jag gå?

Möjligheterna, men ibland också kraven, upplevs som enorma. Och det är lätt att tappa bort sig.

Behovet av en gemensam lägereld har aldrig varit större, och allt fler efterfrågar och söker sig till gemenskapen digitalt. Det är inte en slump att de kallas communities, för det är just precis vad det är: nya samhällen som skapas. Nya byar. Där man är säker och aldrig ensam.

Det är precis det vi bygger när vi skapar Motherhood, Aller medias nya mammasatsning! Vi vill erbjuda en trygg plats för Sveriges alla mammor. Där vi peppar, inte dömer. Där vi lyssnar först och tycker sen. Och där vi kan bygga broar och riva murar för att mötas på riktigt.

Jag ser fram emot att se Motherhoods by växa tillsammans med dess invånare.

För varje gång det föds en unge så föds en mamma!

Jennie Sandberg

Chefredaktör Motherhood

A photograph of a woman with long brown hair, wearing a dark green tank top, smiling warmly while holding a young child. The child is wearing a light pink t-shirt and a blue patterned skirt, and has their right arm raised. They are outdoors in a park-like setting with green trees and a blue balloon in the background. The image is partially framed by a white geometric shape in the top-left corner.

SLUTORD

I 150 år har Aller media inspirerat, underhållit och inte minst lyssnat på kvinnor. Dagligen har vi kontakt med vår målgrupp via våra 24 varumärken och närmare 70 influencers. Det betyder att vi har goda möjligheter att påverka - ett privilegium och ett stort ansvar.

Vår förhoppning är att She Report ska bli ett användbart verktyg för att nå ut till och förstå Sveriges kvinnor på riktigt. Många av er som läser är säkert själva mammor och känner igen er i insikterna som vi presenterar i rapporten – det gör vi själva. Det är tydligt att det är tid för en ny framtid. I rapporten ser vi att det finns ett nytt uppfostringsideal, där curling-trenden avtar och det blir viktigare att skapa ett grit & growth mindset samtidigt som man ska få livet att gå ihop. Det nya digitala landskapet och barnens uppkopplade tillvaro skapar också en stor oro och osäkerhet hos många mammor, inte minst i frågor om integritet, skärmtid och faror på internet. Samtidigt är den oändliga digitala världen en tillgång då det finns en otrolig kraft och gemenskap mammor emellan som stöttar, peppar och visar att man inte är ensam. För trots allt handlar systerlaget om vi har ett gemensamt mål som ska skapa sunda individer som mår bra.

Genom den kommunikation vi skapar kan vi nå både ut och in, och lämna ett avtryck som förhoppningsvis bidrar till en positiv förändring för att göra Sveriges kvinnors och mammors liv lite rikare.