





PRESSMEDDELANDE / *Mölndal, 29 november 2018*

KAPPAHL VILL GÖRA JULEN GODARE ”– LÅT BARNEN GÖRA SIG HÖRDA”

I år tar KappAhl ett bredare grepp kring varumärket och dess kärnvärderingar med det viktiga julbudskapet ”This Christmas let all kids be heard” (låt barnen göra sig hörda till jul). Kampanjen lyfter det angelägna budskapet att julen ska vara en glädjens tid, en tid för omtanke om sin nästa.

– Tid tillsammans är den bästa julklappen, säger Glenda Marevind, chef för Brand & Marketing på KappAhl. I kampanjen har vi skapat utrymme för det engagemang vi alla känner runt jul, det finns alltför många barn därute som förknippar julen med utanförskap och vi kan alla bidra till att minska - varje litet bidrag räknas.

KappAhls julkampanj har i år lättat på det taktiska trycket kring pris och produkt och stärker istället associationerna till KappAhl som varumärke och de viktiga aspekterna med jultiden.

– Vi har tagit fram ett värmande, inspirerande koncept som fokuserar på att julen är en tid för samvaro och omtanke, säger Glenda Marevind.

I sin återkommande kampanj ”Bra som jag är” stöttar KappAhl organisationer som jobbar för barns bästa. Kampanjen ”Bra som jag är”, som modekedjan drivit sedan 2012, grundar sig i en av KappAhls viktigaste värderingar – den att alla människor är olika, men lika mycket värda och duger precis som de är. Med kampanjen har man hittills bidragit med 12,5 miljoner kronor till barnrättsorganisationer som ger barn möjlighet att prata med och få stöd av en vuxen.

Julens kampanj pågår mellan slutet av november till jul och tjugo kronor per såld barnmorgonrock går till barnrättsorganisationerna. I år får kunderna också möjlighet att runda upp köpesumman och skänka de extra slantarna till organisationerna genom den svenska stiftelsen Runda Upp.

Kampanjen This Christmas let all kids be heard
Tidperiod: 28 november-24 december.
Kanaler: TV, utomhus, print, sociala medier.
Ide och design: KappAhl Inhouse i samarbete med Creative Director Helena Bielke och Copywriter Rebecka Osvald.
Produktion: Special Projects.

Barnrättsorganisationerna som KappAhl stödjer

- Sverige – Bris / www.bris.se
- Norge – Kors på halsen / www.korspahalsen.no
- Finland – Mannerheimförbundet / www.mll.fi/
- Polen – Empowering Children Foundation / www.fdds.pl

KappAhl grundades 1953 i Göteborg och är en av Nordens ledande modekedjor med 370 KappAhl- och Newbie-butiker i Sverige, Norge, Finland, Polen och Storbritannien samt Shop Online. Vår affärsidé är att erbjuda prisvärt mode i egen design till de många människorna. Idag är 57% av bolagets produkter hållbarhetsmärkta.

2017/2018 var omsättningen 4,8 miljarder SEK och antalet anställda cirka 4 000 i tio länder. KappAhl är noterat på Nasdaq Stockholm. Mer information finns på www.kappahl.se.

Se den härliga filmen här https://youtu.be/hV5iKUr3mio

För mer information

Glenda Marevind, chef för Brand & Marketing KappAhl. Tel 0704-71 57 52, glenda.marevind@kappahl.com.
Charlotte Högberg, Kommunikationschef KappAhl. Tel 0704-71 56 31, charlotte.hogberg@kappahl.com.

