



KappAhl

PRESSMEDDELANDE Mölndal, 17 november 2015

ÅRETS JULKOLLEKTION TILL FÖRMÅN FÖR BRIS



Som traditionen på KappAhl bjuder går modekedjan i julhandeln ut och uppmanar sina kunder att hjälpa till att stödja Bris arbete att hjälpa barn och unga som har det svårt. I år med en specialdesignad pyjamaskollektion med pingvinmotiv.

– Pingvinernas olika mönster symboliserar att alla barn är olika men unika på sitt sätt och att det är viktigt att alla får lov att vara sig själva, säger Fredrik Levy, designer på KappAhl.

Även i år är temat ”Bra som jag är”. Tanken bakom kollektionen var att hitta ett motiv som speglar barns unika personligheter och egenskaper.

– Barn som har det tufft ligger oss varmt om hjärtat och vi tar tillvara tiden på året då flest människor strömmar genom våra butiker för att lyfta Bris viktiga arbete, säger KappAhls kommunikationschef Charlotte Högberg.

Årets julkollektion till förmån för barn som har det tufft är en limiterad barnkollektion där all bomull är 100% ekologisk. Kollektionen består av sovplagg som nattlinnen, pyjamas, babypyjamas, sockor och ett par tofflor. Till pyjamasen och nattlinnet följer det med en liten tröja som barnen kan använda till sina gosedjur. För varje sålt plagg går 20 kronor till Bris arbete med att ge stöd och hjälp till utsatta barn och unga.

Kollektionen är framtagen av KappAhls designteam med motiv som består av olika pingviner på plagg i blått, offwhite och rosa med kompletterande accentfärger. Pyjamasarna och nattlennena kommer i storlek 86-116 och babypyjamasarna i storlek 50-92. Kollektionen finns i butik och Shop Online.

För mer information

Charlotte Högberg, kommunikationschef, tel. 0704-71 56 31,
charlotte.hogberg@kappahl.com

KappAhl grundades 1953 i Göteborg och är en av Nordens ledande modekedjor med närmare 400 butiker i Sverige, Norge, Finland och Polen. Vår affärsidé är att erbjuda prisvärt mode i egen design till de många människorna. Runt en fjärdedel av sortimentet är hållbarhetsmärkt.

2014/2015 var omsättningen 4,6 miljarder SEK och antalet anställda cirka 4 000 i åtta länder. KappAhl är noterat på Nasdaq Stockholm.

Mer information finns på www.kappahl.se

”Bra som jag är”: Med kampanjen ”Bra som jag är” vill KappAhl synliggöra organisationer* som arbetar för barn som har det tufft och lyfta budskapet som egentligen borde vara självklart – att alla barn och unga är bra som de är. Bris har kontakt med barn och unga varje dag och många berättar att de känner press både från omgivningen och från sig själva på att vara smartare, coolare, snyggare, längre, kortare, smalare, starkare, ljusare, brunare, roligare och bättre. De upplever helt enkelt att de inte duger som de är. ”Bra som jag är” är en del av ett samarbete mellan KappAhl och Bris som sträcker sig över 10 år tillbaka i tiden. Stödet från de insamlade pengarna bidrar till att delfinansiera kuratorstolarna i Bris stödverksamhet.

*I Sverige stödjer KappAhl via ”Bra som jag är”-kampanjen [Bris](#), i Norge [Kors på Halsen](#), i Finland [Mannerheimförbundet](#) och i Polen [Nobody’s Children Foundation \(FDN\)](#).