

KappAhl i kampanj för Go Red:

Ny klädkollektion stödjer forskning om kvinnors hjärt-kärlsjukdomar

KappAhl fortsätter att stödja forskningen kring kvinnors hjärt-kärlsjukdomar. Den tredje november startar en kampanj tillsammans med Go Red i KappAhls samtliga knappt 140 butiker runt om i Sverige. Sjukdomarna drabbar kvinnor i alla åldrar. Go Reds frontfigurer Alexandra Charles och Lill Lindfors medverkar därför i år tillsammans med sina döttrar Sofia Gustrin och Petronella Wester.

KappAhl öronmärker vissa toppar, klänningar, kjolar och byxor varifrån pengar går till Go red. För varje sålt plagg skänker KappAhl 25 kronor.

Under de inledande novemberveckorna kommer KappAhl att stödja Go Red genom att sälja de speciella kläderna. I butikerna kan kunderna också köpa Go Reds nål, där hela intäkten går till forskning runt kvinnors hjärt-kärlsjukdomar. För att ytterligare uppmärksamma kampanjen kommer KappAhls medarbetare att vara klädda i rött under dessa dagar.

Varje dag dör 50 kvinnor i Sverige i hjärt-kärlsjukdom, vilket gör sjukdomen till den vanligaste dödsorsaken bland kvinnor idag.

– Stödet för kvinnors hjärt-kärlsjukdomar är särskilt angeläget för oss på KappAhl och vi vill på detta sätt skapa grund för bättre forskning. Vår tidigare kampanj i år tillsammans med Go Red resulterade i över 500 000 kronor. Nu ser vi fram emot att kunna bidra med ytterligare pengar till detta viktiga ändamål, säger Christian W. Jansson, VD för KappAhl.

Go Red är en internationell kampanj som startade i Sverige för tre år sedan. Bakom kampanjen står Svenska Cardiologföreningen, 1,6 Miljonersklubben och Hjärt- lungfonden. Kampanjen stöds av ett stort antal kända kvinnor, bland andra Lill-Lindfors, Alexandra Charles, Lill-Babs, Arja Sajonmaa, Kerstin Dellert, Anna Lena Brundin, Gunilla Pontén, Grynet Molvig och Gladys Pilar. De arbetar alla ideellt för Go Red.

KappAhl sponsrar - förutom Go Red - också Bris, Hungerprojektet och Erikshjälpen.

Bildtext, där bilder finns tillgängliga på hemsidan www.kappahl.com: Go Reds Lill Lindfors och Alexandra Charles med döttrarna Petronella Wester och Sofia Gustrin visar KappAhls nya Go Red kollektion. För varje sålt plagg skänker KappAhl 25 kronor till forskningen kring kvinnors hjärt-kärlsjukdomar.

För ytterligare information:

Meta Ågren, Marknadsdirektör, tel 031 – 771 55 74, mobil 0704 – 71 55 74

Ola Thorén, Informationschef KappAhl, tel 031-771 56 31, mobil 0704-71 56 31

KappAhl, Box 303, 431 24 Mölndal

KappAhl är en ledande modekedja med cirka 4 000 medarbetare och närmare 300 butiker i Sverige, Norge, Finland och Polen. KappAhl säljer prisvärt mode för många människor – kvinnor, män och barn – och riktar sig särskilt till kvinnor 30-50 år. Egna designers formger alla plagg. Som första modekedja i världen blev KappAhl 1999 miljöcertifierat enligt internationell standard. Huvudkontor och distributionscentral ligger i Mölndal, strax utanför Göteborg. Under tolv månadersperioden, som slutade den 31 augusti 2007, var omsättningen 4,5 miljarder svenska kronor och rörelseresultatet 618 miljoner svenska kronor. KappAhl är noterat på OMX Nordiska börs i Stockholm. Ytterligare information finns på www.kappahl.com