

Mölnadal, 29 juli 2015



## ÅRETS T-SHIRTAR DESIGNADE AV BARN FÖR BRIS PÅ KAPPAHL

Nu på onsdag 5 augusti finns årets t-shirtar till förmån för Bris på KappAhl. Bakom motiven står de unga vinnarna i KappAhls design tävling för barn, "Bra som jag är".

– Barnens budskap kring vad "bra som jag är" betyder för dem är klockrena. Vi blev ömsom rörda och stolta över deras stora engagemang när vi gick igenom alla de fina tävlingsbidragen, säger KappAhls kommunikationschef Charlotte Högberg.



"100 % me betyder att du inte ska vara rädd för att vara dig själv eller för vem du är."

Zofia 10 år, Polen



"För att visa att jag är jag och du är du. Och att man kan få vara sig själv utan att tycka att man är dum."

Emma 9 år, Sverige

Det är andra året i rad som KappAhl bjuder in barn att designa motiv på t-shirtar som i ord och bild beskriver vad "bra som jag är" betyder för dem. Tävlingen är en del av KappAhls kampanj "Bra som jag är", som stödjer Bris arbete genom att lyfta budskapet att alla barn och unga är bra precis som de är.

Årets vinnardesigners är Zofia, 10 år från Ostrówiek, Polen och Emma, 9 år från Svedala, Sverige. T-shirtarna kommer att säljas i alla KappAhls butiker till förmån för Bris i Sverige och de barnrättsorganisationer KappAhl stödjer i Norge, Finland och Polen.

Den 5 augusti släpps t-shirtarna online och i alla KappAhl-butiker i Sverige, Norge, Finland och Polen. T-shirtarna kostar 129 kr respektive 99 kr och 25 kr av försäljningspriset går till Bris.

### För mer information

Charlotte Högberg, kommunikationschef KappAhl, tel. 0704-71 56 31, [charlotte.hogberg@kappahl.com](mailto:charlotte.hogberg@kappahl.com)

**KappAhl** grundades 1953 i Göteborg och är idag en av Nordens ledande modekedjor med närmare 400 butiker i Sverige, Norge, Finland och Polen samt Shop Online. Vi erbjuder prisvärt mode i egen design till de många människorna – kvinnor, män och barn. 24 procent av sortimentet är hållbarhetsmärkt.

2013/2014 var omsättningen 4,7 miljarder SEK och antalet anställda cirka 4 000 i nio länder. KappAhl är noterat på Nasdaq Stockholmsbörsen.

Mer information finns på [www.kappahl.se](http://www.kappahl.se)

**"Bra som jag är":** KappAhl startade kampanjen "Bra som jag är" 2014 för att synliggöra Bris arbete och lyfta budskapet som egentligen borde vara självklart – att alla barn och unga är bra som de är. I Bris dagliga kontakt med barn och unga beskriver många att de känner press både från omgivningen och sig själva att vara smartare, coolare, snyggare, smalare, starkare, ljusare, brunare, roligare, bättre... Att de inte duger som de är. "Bra som jag är" är en del av ett samarbete mellan KappAhl och Bris som sträcker sig nästan 10 år tillbaka i tiden. Stödet från de insamlade pengarna bidrar till att delfinansiera kuratorstolarna i Bris stödverksamhet.