

Åhléns lyfter kläders kraft i ny kampanj

Forskning visar att kläder bär på oanade egenskaper. I den nya kampanjen "Vad har du på dig?" vill Åhléns visa hur våra plagg påverkar oss, både psykiskt och fysiskt.

Det har länge funnits en tanke om att kläder säger något om den som bär dem. Men de kan också ha en djupare psykologisk inverkan på oss och vår omgivning. Till exempel visar forskning att en viss färg kan ge ett psykologiskt övertag i kampsport, en viss tröja kan få dig att känna dig fysiskt starkare och ett avvikande plagg kan ge dig mer inflytande.

I tidigare kampanjer har Åhléns bland annat behandlat kläders upplevda åldersgränser och hur makt påverkar om vi klär oss manligt eller kvinnligt. Nu vill Åhléns väcka intresse för kläders inneboende kraft att påverka oss.

– Kläder är mer än bara det du har på dig och med vår kampanj vill vi gå djupare i något som kan anses ytligt. Vi vill visa hur kläder påverkar oss på olika sätt och hoppas inspirera våra kunder genom att de får lära sig mer om kläders kraft, säger Karin Vesterlund, reklamchef och tf marknadschef på Åhléns.

I kampanjen medverkar Karen Pine, professor i utvecklingspsykologi, som länge har undersökt kopplingen mellan mode och psykologi. I en samling filmer som från mitten av mars släpps i Åhléns sociala kanaler förklarar Karen sambandet mellan våra kläder, vårt mående och hur vi uppfattas.

Fakta om kläders kraft från undersökningar:

- Rött kan ge ett psykologiskt övertag i sport.
- En superhjältetröja kan få dig att känna dig starkare.
- Ett plagg som sticker ut kan ge dig mer inflytande.
- En läkarrock kan göra dig mer skärpt och uppmärksam.
- Kläder du tror medför tur kan höja din prestation.

Läs mer om kampanjen och undersökningarna här:

www.ah lens.se/Mode/inspiration/kladers-kraft-forskning

Länk till Åhléns bildbank:

<http://ah lens.mediaflowpro.com/5/>

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Weronica Nilsson PR- och kommunikationschef Åhléns, tel: 0701- 98 11 23,
mail: wni@ah lens.se

Om Åhléns

Familjeföretaget Åhléns grundades 1899 i Insjön och är idag ett av Sveriges starkaste varumärken, med 62 varuhus i Sverige och e-handel via ah lens.se. Vi är varuhuset som erbjuder en smart mix av prisvärda produkter på ett inspirerande, enkelt och lättillgängligt sätt. Åhléns omsätter 4,8 miljarder och 3 000 skickliga medarbetare möter 80 miljoner kunder varje år. Åhléns är en del av detaljhandelskoncernen Axel Johnson AB. www.ah lens.se