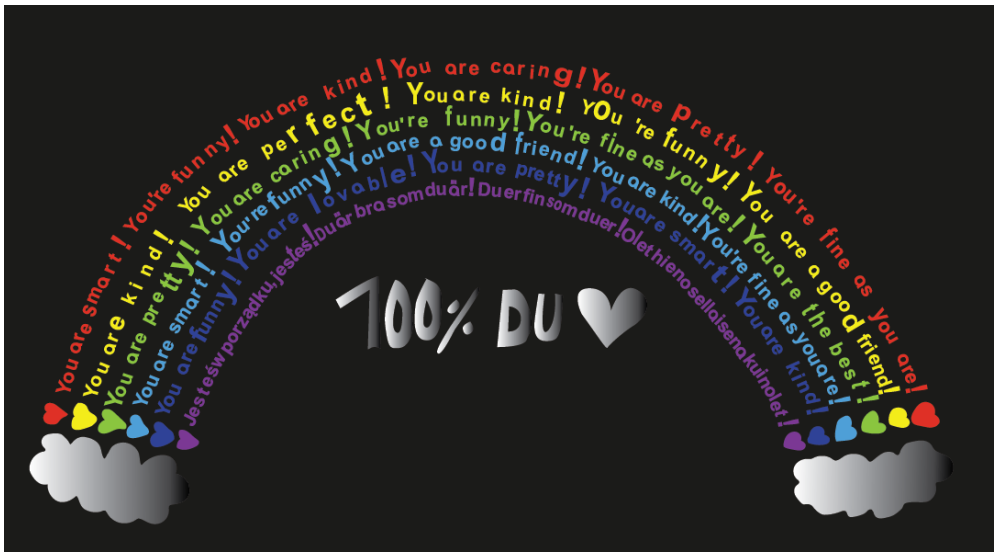
KappAhl

PRESSMEDDELANDE

Mölndal den 18 mars 2016



Vinnaren Maja, 12 år ”Snälla komplimanger om att man är bra som man är”

DESIGN AV BARN FÖR BRIS PÅ KAPPAHL

KappAhl har åter arrangerat en designtävling till förmån för Bris, där barn fick beskriva vad ”Bra som jag är” betyder för dem. Årets vinnande motiv har ritats av Maja 12 år från Ljungbyhed. Hennes motiv kommer att tryckas på tygpåsar som säljs till förmån för Bris, på KappAhl från mitten av augusti.*

– Det värmer att budskapet ”Bra som jag är” är viktigt för barn i alla åldrar! Tusentals fantasifulla motiv med viktiga budskap har kommit in från både små och stora barn, berättar kommunikationschef Charlotte Högberg.

2014 lanserade KappAhl kampanjen ”Bra som jag är” till förmån för arbetet för barns rättigheter. Kampanjen inleddes även i år med en tävling där barn med bild och text fick chansen att designa ett motiv som visar vad ”Bra som jag är” betyder för dem. Vinnare 2016 blev Maja, 12 år från Ljungbyhed. Hennes vinnarmotiv kommer nu att tryckas upp på tygpåsar och säljas i KappAhls alla försäljningsländer från augusti, till förmån för de barnrättsorganisationer* som modekedjan stödjer. I Sverige stödjer KappAhl Bris*.

Se filmen om ”Bra som jag är” och hör några barns röster om ett angeläget ämne.

För mer information
Charlotte Högberg, Kommunikationschef KappAhl, charlotte.hogberg@kappahl.com, tel 0704-71 56 31.

”Bra som jag är”: *Med kampanjen ”Bra som jag är” vill KappAhl synliggöra Bris* arbete 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 nästan 10 år tillbaka i tiden. Stödet från de insamlande 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).*

***KappAhl** grundades 1953 i Göteborg och är en av Nordens ledande modekedjor med närmare 380 butiker i Sverige, Norge, Finland och Polen samt Shop Online. 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.*