

Care of Carl lanserar kampanjen *The Community* där kunderna står i rampljuset

Idag släpper Care of Carl årets julkampanj där butikens egna kunder står i centrum. Kampanjen, som fått namnet *The Community*, frontas av nio av Care of Carls kunder, i olika åldrar, med olika bakgrund och stilar. Kampanjen lanseras idag, den 13 november.

– *I tio års tid har vi dedikerat var dag åt att tillhandahålla exceptionell service och bygga en nära relation till våra kunder. Därför känns det extra speciellt att kunna lyfta fram våra befintliga kunder i ett koncept vi valt att kalla The Community. Våra kunder är och har alltid varit en stor del av vår gemenskap, vårt community. I år är gemenskapen särskilt viktig för alla, vilket vi vill ta fasta på i denna kampanj, säger Henning Källqvist, vd och grundare av Care of Carl.*

Kampanjen är en mindre traditionell julkampanj än vanligt, där stort fokus ligger på gemenskap, högtidernas kanske allra viktigast beståndsdel.

– *Att känna mig sammanlänkad med andra, det är gemenskap för mig. Att vara en del av en grupp där jag kan vara mig själv fullt ut, förklarar Charlotte Ricard från Råå, som tillsammans med sin familj deltar i kampanjen, när hon får frågan om vad gemenskap innebär för henne.*

– *Gemenskap för mig är att känna tillhörighet och delaktighet. Det innebär att jag delar något med andra människor. Det kan vara en så enkel sak som att lämna föreningens tvättstuga fin efter användning, fortsätter trebarnspappan Ahmed Abdulle.*

Care of Carl har alltid haft en nära relation till sina kunder, där utbytet av såväl inspiration som kunskap har varit en viktig del av framgångssagan.

– *För mig är gemenskap att bli accepterad för den jag är, mina intressen och det jag gör. Det är en plats, eller sinnesstämning, där människor kan utbyta kunskap, erfarenheter och kreativitet rörande saker de har gemensamt, förklarar 19-åriga Adam Sparw.*

Adam, Ahmed, Alphonse, Bengt, Bettiina, Charlotte, Elisabeth, Isabel och Thomas är kunderna som frontar *The Community*, utvalda av över hundra ansökande som hörde av sig när Care of Carl utlyste att de sökte unika personligheter till en fotografering tidigare i höst. De nio utvalda speglar delar av den breda kundkrets som Care of Carl har, i olika åldrar, med olika bakgrund och stilar, men som alla lägger stor vikt vid hög kvalitet, ett handplockat sortiment och god service.

– *Jag har varit kund hos Care of Carl i strax över två år, men jag har klätt mig i herrkläder så länge jag kan minnas, förklarar Bettiina Heino, en av Care of Carls finska kunder. Min passion för klassiska herrkläder är något jag är väldigt stolt över. Jag handlar hos Care of Carl för att jag gillar det breda utbudet, men också för att jag alltid haft väldigt goda erfarenheter av den kundrådgivning jag fått när jag behövt hjälp. Upplevelsen av en lokal butik i kombination med ett exklusivt men omfattande sortiment online är unikt, fortsätter Bettiina Heino.*

I butikens kanaler kommer mottagaren få möjlighet att lära känna kunderna samt ta del av deras olika personligheter, bakgrund och stil. Kunderna har även varit med och tagit fram personliga julklapptips som kommer att visas i form av en gåvoshop i butiken närmre jul.

– *Vi ville skapa en kampanj som våra kunder kan känna igen sig i, bokstavligt talat. Därför har vi inte bara använt dem som modeller, utan även vävt in dem och deras olika personligheter i alla delar av kampanjen. Det känns både viktigt och roligt att kunna visa på den bredd av kunder vi på Care of Carl har. Kunder som handlar både till sig själva och åt andra, med olika stilar och olika behov, berättar Henning Källqvist.*

Om Care of Carl

Företaget grundades 2010 i Borås, baserat på den enkla idén att göra kvalitetskläder för män tillgängliga online. Verksamheten har vuxit organiskt från starten och har idag över 80 anställda. Erbjudandet är ett brett utbud av noga utvalda herrkläder i det övre kvalitetssegmentet av lyxvarumärken. 2019 hade Care of Carl en omsättning på 260 MSEK. Företaget är aktivt i Sverige, Norge, Danmark, Finland och Tyskland.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Henning Källqvist, VD, Care of Carl

+46 707 77 21 85

henning@careofcarl.com

www.careofcarl.com

Högupplösta bilder:

[The Community](#)