

PRESSMEDDELANDE

Stockholm den 20 maj 2021

Kända svenskar sluter upp i unik kampanj med gemensamt budskap om vikten av vaccinering

Den 24 maj startar kampanjen "Kavla upp". En unik rikstäckande kampanj för solidaritet mellan alla svenskar inför vaccination mot Covid 19. Närmare ett hundratal namnkunniga svenska profiler och förebilder deltar i kampanjen för att med sin kraft bidra till att påverka sina medmänniskor till att inte tveka och att låta sig vaccineras när det blir dags.

Efter ett år under pandemins mörka moln, med många dödsfall och ännu fler svårt sjuka och drabbade, står vi nu inför möjligheten att ta oss ur det värsta. Tillsammans kan vi få tillbaka det normalläge i samhället vi är vana vid. För att nå dit behöver vi alla kavla upp en ärm och vaccinera oss.

Kampanjen "Kavla upp" är ett sätt att hjälpa till att övertyga befolkningen att vaccinering är det enda effektiva sättet för att stoppa smittspridningen. Om vi ska kunna hindra virusets framfart och stoppa fler mutationer behöver minst 80 % av den vuxna befolkningen vara immun, helst fler. Men det finns en oro och viss tvekan hos en del och det är till dem som kampanjen "Kavla upp" främst vänder sig.

- Det vaccinationsprogram som nu pågår är en historisk ansträngning av ofattbara proportioner och kan kanske vara det viktigaste vi gjort i modern tid. Vi vaccinerar oss inte enbart för att vi själva ska hålla oss friska, vi gör det även för varandra, säger Helena Westin, initiativtagare och ordförande Sveriges Kommunikationsbyråer.

I den unika kampanjen "Kavla upp" har allt från artister och skådespelare som Loreen, Shima Niavarani, Lena Endre, Jason Diakité, Eva Röse, Martin Stenmarck, Izabella Scorupco, Tomas Ledin, Bahar Pars och Jonas Gardell ställt sig framför kameran med en uppkavlad ärm. Även sportprofiler så som Armand Duplantis och Sarah Sjöström, kockar så som Tareq Taylor och Khadija Mahamud, näringslivsprofiler som Börje Ekholm, Harlad Mix och Daniel Ek till några av Sveriges mest kända författare så som Jens Lapidus, Camilla Läckberg och Alexander Schulman samt många fler inflytelserika svenskar har anslutit sig till kampanjen med budskapet att vaccinera sig.

Kampanjen är ett privat initiativ av Sveriges Kommunikationsbyråer och är helt finansierad genom privata donationer från några av Sveriges mest namnkunniga näringslivsprofiler så som Cristina Stenbeck, Kinnevik, Karl-Johan Persson, styrelseordförande H&M, Märta Schörling Andreen, Daniel Ek, grundare och vd Spotify, Robert Andreen, Per Josefsson, Brummer & Partners, Petter Stordalen, Nordic Choice Hotels, Louise Lindh och Katarina Martinsson, Lundbergs, Mats Qviberg, Jeanette och Harald Mix, Johan Andersson, vd Mellby Gård, Torsten Jansson, New Wave Group, Ashkan Pouya och Saeid Esmaeilzadeh, Serendipity, Marina Szugalski Klagsbrun och Harry Klagsbrun samt Nordic Capital.

Folkhälsomyndigheten och MSB är informerade och har givit positiv återkoppling på initiativet och kampanjen.

- Vi har tagit detta initiativ då alla nu måste bidra med sitt respektive kunnande och kraft. Vården bidrar på ett exceptionellt sätt. Folkhälsomyndigheten driver sitt uppdrag, läkemedelsindustrin producerar vaccin, riksdag och regering fattar beslut kring kompensation och ersättningar. Men vi kommunikatörer kan påverka. Vi kan kommunicera så att människor faktiskt gör något och det tack vare hjälp av privata generösa donationer och Sveriges mest välkända ansikten. Utan den generositeten hade detta inte varit möjligt, fortsätter Helena Westin.

Komm!

Sveriges Kommunikationsbyråer

Högupplösta bilder återfinns här.
Fotobyline: Mattias Edwall

För ytterligare information besök www.kavlaupp.se eller kontakta:

Helena Westin, styrelseordförande, Sveriges Kommunikationsbyråer
Email: helena@komm.se
Mobil: 070 – 393 21 03

Annika Hesselman, presskontakt Micael Bindefeld AB
Email: annika.hesselman@bindefeldab.se
Mobil: 070 – 768 11 00