

Care of Carl utökar sitt lyxsortiment och förstärker sin premiumposition – lanserar kampanj med Jens Lapidus

Care of Carl, Nordens ledande onlinebutik för herrkläder, investerar vidare i sin produktportfölj genom att introducera två nya lyxvarumärken och förstärker därmed sin premiumposition på marknaden ytterligare. Italienska Kiton och Marni adderas i dagarna i avdelningen "Luxury Brands" i tillägg till tidigare toppvarumärken som Moncler, Brunello Cucinelli och Giorgio Armani bland andra. Introduktionen sker i form av en digital kampanj som frontas av den nordiska succéförfattaren Jens Lapidus.

Under hösten 2021 adderades Giorgio Armani till Care of Carls produktportfölj och nu i veckan tillkommer ytterligare två italienare – det familjeägda och sofistikerade Kiton samt det yngre och mer expressiva Marni.

– Vi är på ständig jakt efter att förfina vårt sortiment i vår strävan att erbjuda våra kunder "The Classics of Tomorrow" – handplockade plagg, lika aktuella idag som imorgon. I vår avdelning "Luxury Brands" har vi samlat några av världens mest framstående varumärken och sett till vårt dressade och Italien-influerade arv är det extra roligt att kunna introducera ett starkt italienskt varumärke som Kiton, säger Rasmus Motten Wernerby, Head of Brand på Care of Carl.

Introduktionen sker genom en digital kampanj i Care of Carls egna och sociala kanaler. Kampanjen frontas av Jens Lapidus, den nordiska succéförfattaren och tidigare juristen numera också aktuell med Netflix-serien Snabba Cash (2021) och som kriminologexpert på TV4.

– Samarbetet med Jens Lapidus är superspännande på så många sätt. Inte minst sett till vår gemensamma målgrupp men också stilresan vi delar. Vi genom vårt fokusskifte från konfektion och klassisk herrstil till ett mer avslappnat men fortfarande dressat sortiment och Jens från rättegångssalens mörka kostymer till en leisure-orienterad men sober klädstil, mer anpassad efter hans nuvarande vardag, avslutar Rasmus Motten Wernerby

Samarbetet mellan Care of Carl och Jens Lapidus kommer att fortgå under våren och innefattar flera aktiviteter.

– Vi har haft koll på Care of Carl och deras schyssta premiumstil under en tid. Därför känns det här samarbete extra kul, det ligger i linje med vad vi vill åstadkomma med Jens varumärke. Att det dessutom handlar om en vidaresatsning på deras Luxury Brands-koncept gör inte saken sämre, det känns helrätt, säger Jonas Ahnlund från Next Level Group, som företräder Jens Lapidus när det kommer till kommersiella samarbeten.

Kampanjen finns att utforska på www.careofcarl.se och övriga domäner fr.o.m. den 16 februari 2022.

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, med idag över 80 anställda och en omsättning på 300MSEK. Care of Carl erbjuder The Classics of Tomorrow – ett kurerat urval av herrkläder, -skor och -accessoarer i det övre premiumsegmentet med fler än 220 varumärken, däribland Moncler, Brunello Cucinelli, Crockett & Jones, Drake's, Polo Ralph Lauren m. fl. Företaget är sedan hösten 2021 aktivt på hela den Europeiska marknaden.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Rasmus Motten Wernerby

Head of Brand, Care of Carl

+46 706 19 43 13

rasmus@careofcarl.com

www.careofcarl.se

Jonas Ahnlund

Partner, Sales & Marketing Director, Next Level Group

+46 706 50 97 30

jonas@nextlevelgroup.se

<http://www.nextlevelgroup.se/>

[Högupplösta bilder -Lookbook](#)

[Högupplösta bilder – Kampanj](#)