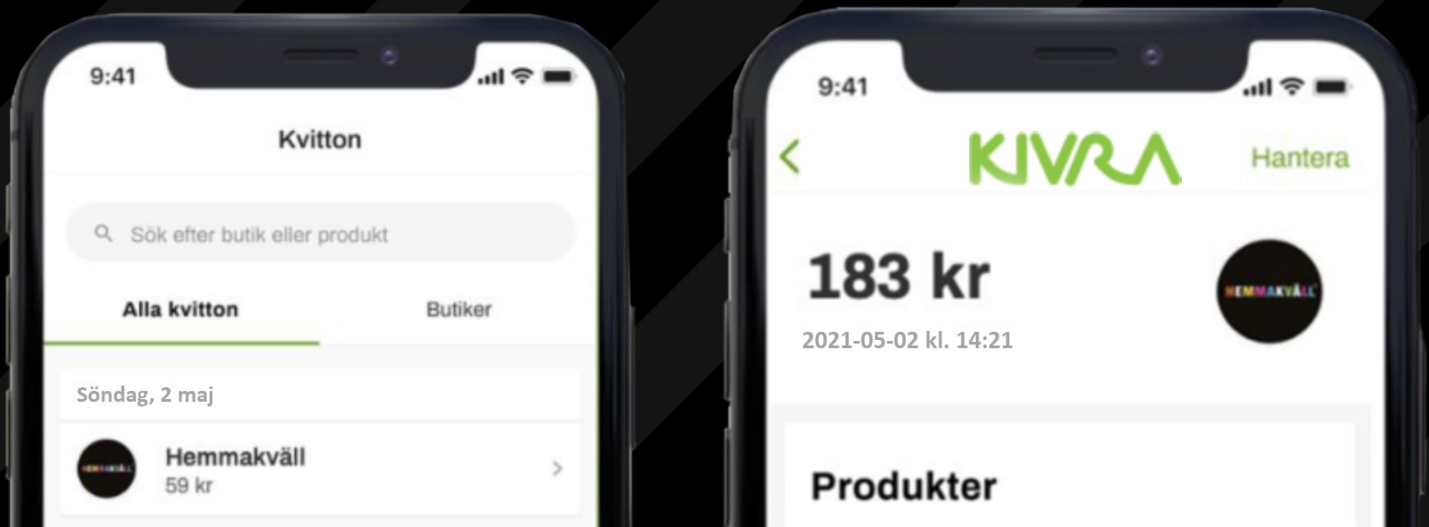


HEJ DIGITALA KVITTON!



2021-05-03 06:50 CEST

Hemmakväll växlar upp sitt miljötänk - erbjuder digitala kvitton

Under våren kommer vi på Hemmakväll att gå över till att erbjuda digitala kvitton via Kivra. Omställningen är ytterligare ett steg i vårt hållbarhetsarbete och ökade fokus på miljöfrågor.

– Att Hemmakväll ansluter bevisar att digitala kvitton är relevant även för nischade butiker. Jag tror att de kommer att inspirera andra typer av handlare och att vi får en ännu större bredd av butiker som ställer om till hållbara kvitton, säger Anna Bäck, vd för Kivra.

Vi på Hemmakväll står inför en rad förändringar under våren 2021. I samband med att vi lanserar vår nya kundklubb i slutet av maj kommer vi i samma veva att börja erbjuda digitala kvitton. Digital marknadsansvarig Camilla Fäldt understryker att övergången är fördelaktig både ur ett miljöperspektiv men även för kunderna eftersom det kommer att bli lättare för dem att hålla reda på sina kvitton.

– I takt med den ökade digitaliseringen i samhället känns det som ett naturligt steg att komma bort från papperskvitton och låta allt ske mer digitalt. Nu arbetar vi tillsammans med Kivra mot en hållbarare framtid och det känns jättebra, säger Camilla Fäldt, digital marknadsansvarig på Hemmakväll.

Miljövänliga förpackningar

Sedan tidigare har vi på Hemmakväll arbetat för att förbättra våra förpackningslösningar till lösgodiset och påsarna i butik genom att gå över till papper. Så småningom hoppas vi att vi ska kunna utesluta plast helt och målet är att vi endast ska använda oss av papper som är FSC-märkt. Märkningen står för Forest Stewardship Council och är en certifiering av en internationell medlemsorganisation som arbetar för ett miljöanpassat, socialt ansvarstagande och ekonomiskt livskraftigt bruk av världens skogar. I samband med det ökade fokuset på hållbarhet har vi på Hemmakväll nyligen utvecklat nya förpackningslösningar som inte kräver plastlock till godisburkarna, vilka nu testas i butikerna.

– Vi är inte i helt mål än, men är förhoppningsvis det inom kort. Det är viktigt för oss att vi tar vårt ansvar för miljön, även för kundernas skull. Att gå över till pappersbaserade förpackningar skapar en premiumkänsla för kunden, vilket går hand i hand med hur vi ser på och jobbar med vårt godis, avslutar Marco Trajkovic, affärsområdeschef Livsmedel & underhållning.

För att läsa mer om oss på Hemmakväll, klicka [här](#).

Hemmakväll AB är Sveriges största godisbutikskedja med cirka 70 butiker över hela landet och cirka 600 medarbetare. Hemmakväll marknadsför och säljer lösgodis, konfektyr, snacks, drycker, glass, presentförpackningar, mjukisdjur Ty,

Funko popkulturprodukter, samt köpfilms-produkter. Hemmakväll lanserade våren 2016 ett nytt upplevelsebaserat butikskoncept som fokuserar på ätbart. Idag finns ca 15 konceptbutiker på högtrafiklägen både i gallerior och gatulägen.

Kontaktpersoner



Camilla Fäldt

Digital Marknadsansvarig

Digital Marknadsansvarig Hemmakväll AB

camilla.faltdt@hemmakvall.se

070 - 921 12 46