



2020-01-10 09:15 CET

# Asllani, Fischer, Lindahl och Seger blir museiföremål i Helsingborg

De uppmärksammade avbilderna av fotbollsstjärnorna Kosovare Asllani,

**Nilla Fischer, Hedvig Lindahl och Caroline Seger får nu en permanent plats på Helsingborgs Idrottsmuseum. Avbilderna är en del av ett jämställdhetsinitiativ som Coca-Cola tillsammans med Svenska Fotbollförbundet påbörjade i samband med fotbolls-VM i Frankrike 2019 för att öka synligheten för damfotbollsspelare.**

Under sommaren besökte avbilderna olika platser runtom i Sverige och nu får de en fast placering på Helsingborgs Idrottsmuseum där de kommer att finnas synliga för allmänheten.

– Vi är entusiastiska och glada över att få denna möjlighet att lyfta att fotbollen är för alla. Det ligger helt i linje med vår satsning på ökad tillgänglighet och fokus på jämställdhet. Vi räknar med att många besökare kommer hit för att se avbilderna och hylla Asllani, Fischer, Lindahl och Seger, säger Sten Nilsson sekreterare i Föreningen Idrottsarkivet som driver Helsingborgs Idrottsmuseum och talesperson för museets arbete med ökad tillgänglighet.

Syftet med avbilderna och initiativet Football Forever har varit att öka synligheten för damspelare och därmed påverka attityder och intresset för damfotboll.

– Helsingborgs Idrottsmuseum är en perfekt placering för avbilderna och vi är väldigt glada att de kunde ta emot alla fyra. En viktig faktor för att bidra till ett jämställt fotbollssverige är ökad synlighet och med den här tillgängliga platsen, där avbilderna kan stå tillsammans, kommer fyra svenska landslagshjältar och förebilder fortsätta att ta plats och göra skillnad, säger Frida Keane, kommunikationsdirektör på Coca-Cola AB.

– Med fotbollens centrala plats i samhället ska vi självklart driva aktuella samhällsfrågor, men vi behöver partners som Coca-Cola för att uppnå stor förändring. Intresset för avbilderna har varit enormt och skapat samtal om jämställdhet inom svensk fotboll. Att alla ska ha samma förutsättningar att spela fotboll är en självklarhet för Svenska Fotbollförbundet och vi ser att utvecklingen går åt rätt håll. Det kommersiella värdet för damfotbollen har ökat, men vi vill nå längre och måste fortsätta arbeta målmedvetet med jämställdheten inom fotbollen. Att dessa avbilder, som har blivit en symbol för jämställdhet, kommer till Helsingborgs Idrottsmuseum känns fantastiskt, säger Andreas Jansson, kommunikationschef Svenska Fotbollförbundet.

**För mer information, kontakta:**

Frida Keane, kommunikationsdirektör Coca-Cola AB.

Tel: +46 (0)72 147 02 40

E-post: keane@coca-cola.com

Andreas Jansson, kommunikationschef Svenska Fotbollförbundet

Tel: 073-830 40 40

E-post: andreas.jansson@svenskfotboll.se

Sten Nilsson, Helsingborgs Idrottsmuseum

Tel: 0730 62 22 28

sten.1nilsson@gmail.com

---

Coca-Cola AB ansvarar för marknadsföringen av några av världens mest kända varumärken av icke alkoholhaltiga drycker på den svenska marknaden. Varumärkena i vår svenska produktportfölj är Coca-Cola®, Fanta®, Sprite®, MER®, Bonaqua®, Powerade®, fuzetea®, glacéau Smartwater®, Chaqwa®, Honest® och Royal Bliss®. I Jordbro utanför Stockholm producerar Coca-Cola European Partners Sverige AB cirka 1,4 miljoner liter dryck varje dag. Vi har åtagit oss att minska det tillsatta sockret med 15 procent i produktportföljen till 2025. Våra PET-flaskor ska bestå av minst 50% återvunnen PET 2020. För ytterligare information besök gärna [coca-cola.se](http://coca-cola.se).

## Kontaktpersoner



### **Marie von Satzger**

Presskontakt

Kommunikationschef

Coca-Cola European Partners AB

[mvonsatzger@ccep.com](mailto:mvonsatzger@ccep.com)

+46706480654



### **Therese Lystedt**

Presskontakt

Kommunikationschef

Coca-Cola AB

[tlystedt@coca-cola.com](mailto:tlystedt@coca-cola.com)

+46722201331