**PRESSMEDDELANDE**

Malmö, 5 november 2019

**CDON lanserar ny varumärkesidentitet och stärker sin marknadsposition**

* i ett samarbete med byråerna Neumeister och ACNE

**År 2014 påbörjade CDON en strategisk omställning från traditionell e-handlare till marknadsplats.** Ett starkt kvartalsresultat från tredje perioden 2019 och ett positivt rörelseresultat senaste 12 månaderna visar att omställningen varit framgångsrik och att CDON har hittat en ny skalbar och lönsam marknadsmodell.

**Nu ska CDON vidare stärka sin marknadsposition som Nordens ledande marknadsplats genom att rulla ut en ny varumärkesidentitet.** Då varumärkeskännedomen är hög är målet med den nya identiteten att stärka tydligheten och bidra till en enhetlig kommunikation.

Den nya varumärkesidentiteten har tagits fram tillsammans med designbyrån **Neumeister.** Neumeisters uppdrag har varit att stärka CDONs visuella identitet och varumärke. Tillsammans har de valt att behålla namnet CDON, men att förnya varumärket med en ny meningsfull identitet.

**Henrik Jarl, CMO på CDON, kommenterar den nya varumärkesidentiteten:**

*“Vi på CDON ser oss själva som ett inkluderande företag och vi vill att det även ska avspegla sig i varumärket. Den nya varumärkesidentiteten ska öppna upp för samhörighet och förmedla en välkomnande känsla. Vi vill att våra kunder ska känna sig omhändertagna. Vidare har vi valt att behålla vårt namn, det speglar vårt arv och nu laddar vi vårt varumärke med rätt värden för att spegla vägen framåt.”*

**Peter Neumeister, Creative Director på Neumeister, kommenterar samarbetet med CDON:**

*“Det har varit fantastiskt spännande för oss på Neumeister att få lägga grunden i att stärka varumärket CDON med en ny identitet och ett långsiktigt kommunikationskoncept. CDON är en lyhörd och progressiv uppdragsgivare som både utmanat sig själva och oss under processens gång, vilket lett till ett väldigt lyckat samarbete. Vi ser fram emot att få se slutresultatet rullas ut.”*

Parallellt ingår CDON i ett nytt samarbete med **ACNE**, vars uppdrag är att stärka den kreativa höjden i kommande kampanjer. Först ut är Singles Day och Black Friday i november.

**Henrik Jarl, CMO på CDON, kommenterar samarbetet med ACNE:**

“Vi ser fram emot ett långsiktigt samarbete, där ACNE ska stötta och accelerera det kreativa genomförandet i våra kommande kampanjer. Det ska bli spännande att se hur nya och trogna kunder tar emot vårt nya kampanjkoncept “Means a great deal”.

**Projektgruppen** CDON

Henrik Jarl, CMO

Pelle Bergkvist, Head of Design

Shima Svensson, Marketing Operations Manager

David Olhed, CCO

Jens Hagert, SEM Specialist

**Projektgruppen** Neumeister

Peter Neumeister - Creative Director

Karolina Ekstrand - Produktionsledare

Anna Dormer Volgsten - Designer

Tor Weibull - Designer

Niklas Brunner - Designer

Björn Kongslöv - Originalare

-slut-

**Pressbild finns för nedladdning** [**här**](https://drive.google.com/drive/folders/1RWRzc7Zy1KqpFQFr8BNXC1tIB_SSG0b2?usp=sharing)**.**

**För mer information, vänligen kontakta:**

Sabina Schött, presskontakt för CDON

E: sabina@pressfwd.se

M: +46 764-191239

**Om CDON**

CDON grundades 1999 och är idag Nordens största marknadsplats online med e-handelsvaruhus i Sverige, Finland, Norge och Danmark. CDON erbjuder ett brett sortiment som omfattar miljontals produkter inom film, musik, TV- och datorspel, kontorsvaror, böcker, leksaker, hemelektronik, vitvaror, sport, friluftsprodukter, skönhetsvård, mode, skor, datorer och datorprodukter. Under 2018 hade CDON.com över 100 miljoner besökare och 1,8 miljoner aktiva kunder. CDON ingår i Qliro group som är noterat på Nasdaq i Stockholm. Mer information finns på [CDON.COM](http://cdonmarketplace.com/)