

Lavendla och Nord DDB i ny kampanj:

När materialval plötsligt handlar om kistor och gravstenar

Lavendla fortsätter samarbetet med Nord DDB i den nya kampanjen *Materialval*. En kampanj som visar hur snabbt livet kan vändas upp och ner på grund av döden. Helt plötsligt måste du mitt i sorgearbetet ta rationella beslut om blomsterarrangemang, gravstenar och vilka gäster som ska bjudas in.

Lavendla är en digital begravningsrådgivare som moderniserar begravningsbranschen. Företaget hade ett lyckat 2019 med en tillväxt på 63 procent. Som ett steg i att nå ut med sitt erbjudande och hjälpa ännu fler att göra det svåra lättare lanserar Lavendla sin andra kampanj med Nord DDB. Kampanjen är en uppföljning på parternas första samarbete [livspusslet](#).

– Med annonsen vill vi skapa uppmärksamhet och öka kännedomen om Lavendla, men också lyfta de praktiska bitarna med en begravning. Oavsett om döden kommer plötsligt eller inte är den otroligt tung att hantera. Från att ena dagen fundera på vad man ska äta till middag till att nästa dag behöva ta beslut om hur och var någon ska begravas samtidigt som man upplever en stor sorg. Lavendla finns för att göra det svåra lättare, säger **Dennis Rydgren**, Marknadschef på Lavendla.



Arbetsgrupp Nord DDB:

Petter Dixelius, copywriter

Fredrik Kjellström, art director

Petter Mollberg Fagring, produktionsledning, frilans

För ytterligare information kontakta:

Dennis Rydgren, Marknadschef på Lavendla AB

Telefon: 070 591 84 60

E-post: dennis.rydgren@lavendla.se

Lavendla AB är en svensk aktör inom begravningsbranschen som erbjuder tjänster inom begravning och juridik. Bolaget grundades 2014 och erbjuder en digital plattform där kunder kan hitta och kontakta lokala frilansande rådgivare i hela Sverige. Bolaget har mer än 100 rådgivare över hela landet kopplade till sin plattform. Lavendla erbjuder även utbildningar till bl.a. begravningsrådgivare inom Lavendla Academy. Läs mer om bolaget på lavendla.se.