



2017-10-31 15:40 CET

Exklusiv intervju med prinsparet i nya Kupé: "Den dåliga självkänslan finns i viss mån

fortfarande kvar”

Dålig självkänsla och en känsla av att inte klara normen för hur man ska vara.

Prins Carl Philip berättar exklusivt och öppenhjärtigt om svårigheterna att leva med dyslexi i nästa nummer av SJs tidning Kupé - och hur han och prinsessan Sofia nu genom sin stiftelse jobbar för att stötta barn och ungdomar med läs- och skrivsvårigheter. Men det blir också ett samtal med tvåbarnsföräldrarna om det kungliga familjelivet.

I Kupés novemhernummer berättar prins Carl Philip om hur han led av sin dyslexi under uppväxtåren.

– Då var dyslexin tuff att hantera. Nu på senare tid har jag förstått att många dyslektiker utvecklar andra sätt att uttrycka sig på. Det finns till exempel en stark representation av dyslektiker bland entreprenörer och andra kreativa yrken, säger prins Carl Philip i intervjun.

Föräldraskapet har förstärkt och hjälpt dem i deras arbete för barn med dyslexi, avslöjar de i artikeln. Genom sin stiftelse och kampanjen ”Vi är Dyslexialand” som inletts nu i veckan, vill de lyfta fram fördelarna som finns med dyslexi och stärka självkänslan hos barn som har läs- och skrivsvårigheter. Och även lyfta hur viktigt det är med kunskap hos anhöriga för att kunna stötta på bästa sätt.

– Utan kunskap blir man rädd. Jag som närstående till en person med dyslexi och dessutom med två små barn som riskerar att ärva känner att diagnosen inte är något hinder för dem över huvud taget. Det finns många verktyg som kan underlätta i vardagen, men det handlar oerhört mycket om självkänsla. När man förstår att man inte är sämre än andra utan att man är unik, då är dyslexin en superkraft, säger prinsessan Sofia i intervjun.

Kupé delas ut på alla SJs tåg och är ett av Sveriges största månadsmagasin med 286 000 läsare.

– Prinsparets engagemang för barn är något vi gärna lyfter. Vi på SJ samarbetar nära med både Friends och Min Stora Dag, så initiativ för att stötta barn på olika sätt är en hjärtefråga hos oss, säger Niclas Härenstam, chefredaktör för Kupé.

Kupé produceras i samarbete med contentbyrån Klintberg Niléhn. Den som inte reser med tåg i november kan läsa Kupé som digital pdf-tidning här.

<https://www.sj.se/sv/tagresan/pa-taget/kupe.html>

SJ är ett svenskt reseföretag som erbjuder hållbara tågresor i egen regi och i samarbete med andra. Koncernen omsätter cirka 7,5 miljarder SEK och har 4 500 medarbetare. Som marknadsledande tågoperatör knyter SJ ihop Sverige, liksom Skandinaviens huvudstäder. Varje dag väljer 130 000 personer att resa med någon av SJs 1 100 avgångar från 275 stationer.

Kontaktpersoner



SJs pressavdelning

Presskontakt

press@sj.se

010-751 51 84