

Modemagasinet King lanserar den ultimata skinnjacka i egen pop-up store

Som ett led i att erbjuda sin modeintresserade målgrupp konkreta mervärden har Kings redaktion tagit fram sin absoluta favoritjacka i olika färger inom skinn- och mocksegmenten. Fram till den 26 januari finns hela kollektionen till försäljning i Kings pop-up store i Sturegallerian i Stockholm.

För att lansera sin första egna skinnjackskollektion har modemagasinet King öppnat en pop-up store i Sturegallerian i Stockholm. I butiken finns hela kollektionen, bestående av tre mockajackor i färgerna blått, brunt och svart samt en svart i lammnappa, till försäljning fram till och med söndag 26 januari.

– Skinnjackan är ett av de manligaste, snyggaste och mest tidlösa plagg som finns för oss män. Vi har nu tagit fram den ultimata skinnjackan och är oerhört nöjda med vad vår kvalitetsmedvetna partner Jofama åstadkommit, säger chefredaktör Per Nilsson.

– Butiken är ett naturligt steg för oss att ta tillvara på och samtidigt bygga vidare på det starka varumärke vi har. I butiken kan läsarna känna på produkten och få modetips och vi på King får samtidigt ett utmärkt tillfälle att träffa och lyssna på våra kunder, säger Per Nilsson.

King – modemagasinet för män, har sedan 2008 utvecklat plagg som utgör en självklar plats i basgarderober. Tidigare i år lanserades en enkelknäppt kritstreckskostym i ull och kashmir tillsammans med klädkedjan Brothers.

– Precis som med papperstidningen har vi i första hand utgått från oss själva när vi tagit fram denna jacka. Resultatet är en produkt som känns hundra procent King och som vi är väldigt stolta över. En blivande klassiker, säger Claes Juhlin, modechef på King.

Mockajackorna kostar 3 495 kronor per färg och modellen i skinn kostar 4 995 kronor. Jackan finns till försäljning i utvalda butiker och på www.kingmagazine.se.

För mer information och bilder kontakta: Per Nilsson, chefredaktör King Magazine, 070-7228729, per.nilsson@egmont.se.

King Magazine ges ut av Egmont Tidskrifter AB som publicerar ett 30-tal magasin och webbplatser i Sverige. Företaget omsätter cirka 500 MSEK och har 230 anställda. Egmont Tidskrifter ingår i den danska mediekoncernen Egmont som är en av Skandinavien ledande mediekoncerner. Egmont står bakom veckotidningar, magasin, serietidningar, böcker, filmer, TV-program, biografier och TV-stationer samt interaktiva spel, spelkonsoler, musik och en lång rad digitala medier. Egmont utger medier i fler än 30 länder, har cirka 6 500 medarbetare och en genomsnittlig omsättning på 1,4 miljarder EUR.