

## Premiär för Åhléns nya marknadsplats på Fridhemsplan

**Idag den 23 augusti öppnar Åhléns den första lokala marknadsplatsen, på Åhléns Fridhemsplan. I varuhuset, som under sommaren byggts om med det senaste varuhuskonceptet, öppnar nya skönhetsjänster som hårsalongen Nikita Hair och nagelbaren Depend, och varuhusytan delas med de helt nya aktörerna Smarteyes, Indiska, Designtorget och Joe & the Juice.**

Åhléns utgår idag från en strategi med fokus på att utveckla en ledande marknadsplats genom att erbjuda en smart mix av prisvärda produkter och tjänster, online och i varuhuset. Åhléns Fridhemsplan är det första mindre lokala varuhuset som byggts om utifrån målet att skapa en kurerad marknadsplats med nya produktkategorier och nya varumärken där kunderna kan inspireras och lösa flera behov på samma plats. De nya aktörerna Smarteyes, Indiska, Designtorget och Joe & the Juice ska tillsammans med Åhléns bredda erbjudandet mot kund och ge fler anledningar till besök.

- Vi vill förändra synen på Åhléns som varuhus till en marknadsplats. Att samarbeta med andra aktörer är en viktig del i vår strategi att bygga Sveriges ledande marknadsplats inom skönhet, hem och mode, online och i varuhuset. Vi är glada att nu kunna välkomna Smarteyes, Indiska, Designtorget och Joe & the Juice till Fridhemsplan. Det här är början av Åhléns resa som marknadsplats och denna utveckling vill vi nu göra i våra varuhus runt om i landet. Allt med syftet att ge våra kunder ett unikt och bättre erbjudande samt fler anledningar att besöka oss, säger Gustaf Öhrn, vd Åhléns.

I samband med nyöppningen av Åhlénsvaruhuset på Fridhemsplan testas flera nyheter. Bland annat hur sortimentet visas genom att varulägga avdelningar och kategorier som vanligtvis inte ligger tillsammans för att skapa en inspirerande och härlig miljö för kunderna. Skönhetsavdelningen utökas med nya aktörer och varumärken - hårsalongen Nikita Hair och nagelbaren Depend öppnar med enklare behandlingar som utförs direkt på plats. Hemavdelningen har fått en ny placering vid entrén på St. Eriksgatan och i anslutning öppnar Designtorget en shop med fokus på presenttips. Modeavdelningen får fler nya varumärken och det blir även shoppas med Carin Wester och WERA med allt från kläder, skor till väskor och andra accessoarer. Barnavdelningen får ett utvalt sortiment av Minimarket, nattplagg och underkläder samt en mindre leksaksavdelning.

### Om Åhléns

Familjeföretaget Åhléns grundades 1899 i Insjön och är idag ett av Sveriges starkaste varumärken, med 57 varuhus i Sverige och e-handel via [ahlens.se](http://ahlens.se). Vi är varuhuset som erbjuder en smart mix av prisvärda produkter på ett inspirerande, enkelt och lättillgängligt sätt. Åhléns omsätter 4,8 miljarder och 3 000 skickliga medarbetare möter 80 miljoner kunder varje år. Åhléns är en del av detaljhandelskoncernen Axel Johnson AB. [www.ahlens.se](http://www.ahlens.se)



Utveckling av lokala marknadsplatser pågår i Åhlénsvaruhuset runt om i landet och fler kommer att öppna inom kort. Vilka aktörer som Åhléns samarbetar med styrs av lokala behov och efterfrågan på respektive varuhusort.

**För ytterligare information, vänligen kontakta:** Weronica Nilsson, PR- och kommunikationschef Åhléns, Tfn: 0701-981123, e-post: [wni@ah lens.se](mailto:wni@ah lens.se)

**Om Åhléns**

Familjeföretaget Åhléns grundades 1899 i Insjön och är idag ett av Sveriges starkaste varumärken, med 57 varuhus i Sverige och e-handel via [ah lens.se](http://ah lens.se). Vi är varuhuset som erbjuder en smart mix av prisvärda produkter på ett inspirerande, enkelt och lättillgängligt sätt. Åhléns omsätter 4,8 miljarder och 3 000 skickliga medarbetare möter 80 miljoner kunder varje år. Åhléns är en del av detaljhandelskoncernen Axel Johnson AB. [www.ah lens.se](http://www.ah lens.se)