

MUJI-sortimentet nu lanserat exklusivt på åhlens.se

MUJI-sortimentet finns nu tillgängligt via Åhléns e-handelsplattform. Försäljningen smygstartade innan sommaren, med ett brett sortiment vad gäller både mode- och hemprodukter.

Totalt erbjuds kunderna ca 800 MUJI-produkter via åhlens.se. Nyheter kommer in för varje säsong och sortimentet är nyligen utökat med MUJI's omtyckta möbler.

- Vi är mycket glada att återigen kunna erbjuda våra kunder MUJI-sortimentet via åhlens.se. Det har varit starkt efterfrågat hos våra kunder och är ett bra komplement till MUJI's egen stora butik på Åhléns City i Stockholm, säger Andreas Stenman försäljningschef Åhléns.

Åhléns är sedan många år tillbaka exklusiv återförsäljare av MUJI i Sverige och det är nu två år sedan MUJI öppnade sin flaggskeppsbutik i Sverige, på Åhléns City i Stockholm. Detta firas i september med en mängd olika event i City-butiken och online på åhlens.se.

- Vi är mycket glada för att nu via åhlens.se kunna erbjuda MUJI-sortimentet till ännu fler av Åhléns lojala kunder i hela Sverige – vi är stolta över vår MUJI-butik på Åhléns City i Stockholm, och råder nu bot på vår hittills begränsade möjlighet att tillhandahålla MUJI-sortimentet online. Vi hoppas att kunderna nu tar till sig känslan av vårt varumärke och produkter på åhlens.se, säger Ryosuke Ino, VD Muji Sverige.



Om Åhléns

Familjeföretaget Åhléns grundades 1899 i Insjön och är idag ett av Sveriges starkaste varumärken, med 48 varuhus i Sverige och e-handel via åhlens.se. Varuhuset Åhléns är en marknadsplats som erbjuder en smart mix av prisvärda produkter på ett inspirerande, enkelt och lättillgängligt sätt. Åhléns omsätter 4,3 miljarder och varje år tar våra ca 3 000 skickliga medarbetare emot 60 miljoner besökare. Åhléns Outlet och Designorget är dotterbolag. Åhléns är en del av detaljhandels-koncernen Axel Johnson AB.
www.ahlens.se

Om Muji

MUJI grundades i Japan 1980 som en motsats till konsumtionssamhällets vanor vid den tiden. Utländska lyxvarumärken blev populära, samtidigt som lågkvalitativa och billiga produkter började dyka upp, vilket hade en poliserande effekt på konsumtionsmönstret. MUJI var tänkt som en kritik av detta rådande tillstånd, med syftet att återställa en vision av produkter som faktiskt är användbara för kunden och samtidigt upprätthålla ett ideal för den rätta balansen mellan levande och de föremål som gör det möjligt. Konceptet föddes av korsningen av två olika ståndpunkter: inget varumärke (Mujirushi) och värde av bra saker (ryohin). MUJI började med tre steg: val av material, granskning av processer och förenkling av förpackningar. MUJIs koncept att betona ett objekts inneboende överklagande genom rationalisering och noggrann eliminering av överskott är nära kopplad till traditionell japansk estetik "su" – vilket betyder ren eller orubblig. Tanken är att enkelhet inte bara är blygsam eller sparsam, men kan möjligen vara mer tilltalande än lyx.

För ytterligare information vänligen kontakta:

Weronica Nilsson, PR- och kommunikationschef Åhléns
e-post: veronica.nilsson@ah lens.se, tfn: 070-198 11 23

Om Åhléns

Familjeföretaget Åhléns grundades 1899 i Insjön och är idag ett av Sveriges starkaste varumärken, med 48 varuhus i Sverige och e-handel via ah lens.se. Varuhuset Åhléns är en marknadsplats som erbjuder en smart mix av prisvärda produkter på ett inspirerande, enkelt och lättillgängligt sätt. Åhléns omsätter 4,3 miljarder och varje år tar våra ca 3 000 skickliga medarbetare emot 60 miljoner besökare. Åhléns Outlet och Designorget är dotterbolag. Åhléns är en del av detaljhandels-koncernen Axel Johnson AB.
www.ah lens.se