



Beim Pop-up-Opening: (v.l.): Sandra Huemer (Stiegl), Thomas Gerbl (GF Stiegl), Roland Huber ('s Fachl), Willi Huttegger (Landesverein der Salzburger Direktvermarkter) und Gerald Reisecker (GF Salzburger Agrar Marketing).

Pop-up-Schmankerln

Die Brauerei Stiegl und die Salzburger Landwirtschaft machen vorübergehend gemeinsame Sache in der Salzburger Altstadt.

••• Von Anna Muhr

SALZBURG. Auch die Mozartstadt hat jetzt ihren eigenen Pop-up-Store. Unter dem Motto „Vom Brauer und Bauer“ setzen die Brauerei Stiegl und die Salzburger Landwirtschaft das derzeit so beliebte Temporär-Konzept in der Kaigasse 13 in Salzburg um.

Bis Ende April 2019 wird es im Geschäftslokal 's Fachl ein ausgewähltes Sortiment an

Bierspezialitäten, aktuellen Stiegl-Hausbieren, Produkten vom Stiegl-Gut Wildshut und frischen Lebensmitteln von Landwirten aus der Gegend zu kaufen geben.

Moderne Präsentation

„Mit dem Pop-up-Store präsentieren wir die Marke Stiegl und unser Biergut in Wildshut auf eine neue, zeitgemäße Art beim Kunden“, sagt Stiegl-Geschäftsführer Thomas Gerbl. Und Ge-

rald Reisecker, Geschäftsführer des Salzburg Agrar Marketing, ergänzt: „Der Store ist neben den klassischen Märkten eine zusätzliche Art, die frischen, hochwertigen Lebensmittel unserer Bauern direkt zu den Menschen in die Stadt zu bringen.“

Jeden Freitagabend wird es für bis zu zehn Gäste (mit Anmeldung) zusätzlich zum Verkauf auch Verkostungen von jeweils unterschiedlichen Spezialitäten im Geschäft geben.

BEZAHLSYSTEME

Mollie und Klarna rücken näher

STOCKHOLM. Der große europäische Zahlungsdienstleister Klarna und der Payment Service Provider Mollie wollen künftig die Zusammenarbeit intensivieren und damit die Flexibilität unterschiedlicher Zahlungsmethoden mit besonders einfachem Handling verflechten.

Einfacheres Einkaufen

Mollie verbindet Klarna künftig mit dem Händler und garantiert schlankere Prozesse, da dieser nur in der Mollie-Umgebung arbeiten muss, wenn er Klarnas Zahlungsmethoden in seinen Online-Shop integrieren möchte. Die Plugins, die Mollie für die wichtigsten eCommerce-Plattformen entwickelt hat, ermöglichen ebenfalls eine einfache Integration der Services von Klarna in bereits bestehende Online-Shops der Händler.

„Diese Partnerschaft basiert auf dem gemeinsamen Ziel, durch ein reibungsloses Einkaufserlebnis Wachstumspotenziale für Händler zu erschließen, Conversion-Rates zu steigern sowie die Kundenzufriedenheit und -bindung zu fördern“, sagt Michael Rouse, Chief Commercial Officer der Klarna Group, zu dem Vorhaben. (red)



© Klarna



| Alle Kommunikationspartner auf einen Blick



© Ikea

Ikea freut sich über Plus

Der schwedische Möbelriese legt in Österreich zu.

WIEN. Einen Umsatz von 760,9 Mio. € verzeichnete Ikea Österreich per 31. August 2018 und macht damit im Vergleich zum vorigen Geschäftsjahr ein Plus von 3,9%. Großes Wachstum gab es vor allem im Bereich eCommerce, das Online-Geschäft nahm heuer um ganze 27% zu.

Ein erfreuliches Ergebnis für den Möbelriesen, der aktuell einige große Investitionen hierzu-

lande plant. Neben einem großen Logistikzentrum im Norden von Wien ist vor allem der weltweit erste City-Store, der am Wiener Westbahnhof entstehen soll, ein Riesenprojekt.

Eine Investitionssumme von etwa 100 Mio. € plant das Unternehmen für das mehrstöckige, fassadenbegrünte Ikea-Haus in unmittelbarer Nähe zur Mariahilfer Straße ein. (am)