

WESTFIELD DAYS

Shoppingfieber im Donau Zentrum

WIEN. Am gestrigen Donnerstag erfolgte der Startschuss für die dreitägigen „Westfield Days“ (28.–30. September) in Österreichs zweitgrößtem Einkaufszentrum, dem Donau Zentrum in Wien-Kagran.

Abgehalten auf der Veranstaltungsfläche „Arena“, lädt neben dem neuesten Sortiment der Center-Retailer auch ein breites Rahmenprogramm, das von Fashion Shows über DIY-Workshops und Gewinnspielen reicht, zum Besuch.

Start für Live-Event

Ein erstes Highlight bot sich den Gästen gestern im Zuge des offiziellen Launchs des Live-Shopping-Formats „Westfield Extra“ mit Moderatorin Anna Kratki; zu dessen Auftakt präsentierte ab 17 Uhr der Interior-Händler Depot 45 Minuten lang die neuesten Einrichtungs- und Wohntrends.

Mittels Videostream gewissermaßen live dabei, konnten die Zuschauer von zuhause aus digital mit den Händlern interagieren und dabei von Angeboten und Rabatten profitieren. Im Anschluss präsentierte Haubenkoch Jonas Posselt das neue Restaurantkonzept „my Indigo 5.0“. (red)

Mehr Information zum Programm finden sich unter:

www.westfield.com/austria/donauzentrum



© Dragan Dok

Lidl setzt sich neue Ziele

Ambitionen der „REset Plastic“-Strategie wurden hinaufgeschraubt, außerdem sollen Fortschritte künftig stärker kommuniziert werden.



© Lidl Österreich

SALZBURG. Die deutsche Schwarz Gruppe, die rund 13.700 Lidl- und Kaufland-Filialen betreibt, hat ihre Nachhaltigkeitsziele nach oben geschraubt: Im Rahmen der „REset Plastic“-Strategie wird fortan angepeilt, den Einsatz von Plastik bei Eigenmarkenverpackungen und Transporthilfen bis 2025 statt um 20% nun spartenübergreifend um mindestens 30% (gegenüber 2017) zu reduzieren. Weil Lidl Österreich dieses Ziel

schon jetzt übertroffen hat und bei rund –32% bilanziert, wird es auf nationaler Ebene auf –35% angehoben, wie Karsten Kremer, Geschäftsleiter Einkauf und Marketing bei Lidl Österreich, bekanntgab.

Umfassendere Kommunikation

Neben einer punktuellen Anpassung der unternehmensübergreifenden Ziele der Schwarz Gruppe nach oben, kündigte Kremer weiters an, dass Lidl Ös-

terreich ab sofort umfassender und transparent über „die Fortschritte der Plastikreduktions-Strategie auf nationaler Ebene“ kommunizieren werde als dies aktuell schon der Fall ist.

Ein weiteres nationales Ziel setzt sich der Discounter etwa beim Einsatz von komplett neu hergestelltem Plastik („Virgin Plastic“), welches 2023 um –50% unter dem Wert von 2018 liegen soll – im Vorjahr waren es bereits –44%. (red)

Expansion in Südtirol

MPPreis plant zehn neue Filialeröffnungen.

VÖLS. Der Tiroler Lebensmittelhändler MPPreis ist aktuell mit 25 Supermärkten in Südtirol vertreten – den Anfang machte 2003 eine Eröffnung in Bruneck, das Gros des Filialnetzes kam in den vergangenen zehn Jahren hinzu. Nun gab die Geschäftsführung einen weiteren Ausbau der Italien-Präsenz bekannt: Neben der laufenden Modernisierung bzw. Vergrößerung der bereits beste-

henden Supermärkte in Südtirol würden in den kommenden Monaten zwei neue Standorte in Seis am Schlern (Kastelruth) und St. Jakob (Leifers) eröffnen.

Weiters befinden sich aktuell zwei neue Märkte im Vinschgau und im Passeiertal in Bau. In den nächsten fünf Jahren sollen in Summe zehn weitere MPPreis-Geschäfte in der nördlichsten Provinz Italiens eröffnen. (red)



© MPPreis/David Schreyer