



## **Klarna gaat samenwerking aan met Amsterdamse pop-up experience WONDR**

*Beroemde Get Smooth-campagne met Smooth Dogg komt tot leven*

Amsterdam, 12 september 2019 – [Klarna](#), leverancier van betaaloplossingen voor webshops en Zweedse bank, is een partnership aangegaan met de Amsterdamse pop-up experience [WONDR](#). In deze artistieke speeltuin van 1200m<sup>2</sup> zijn verschillende ruimtes te vinden waarin de zintuigen van bezoekers geprikkeld worden. Daar is nu ook een ruimte aan toegevoegd waar de [Get Smooth](#)-campagne van Klarna tot leven komt. Zo zijn onder andere de harige wasstraat en het grote roze, zijden bed uit de commercial terug te vinden in de ruimte. Ook kan er bij WONDR betaald worden met Klarna.

### **Offline en online ervaring komen samen**

De connectie met de pop-up experience was snel gemaakt. Het social mediakanaal van Klarna bleek namelijk één van de inspiratiebronnen voor de oprichtster, Sarah Mendes, te zijn. Daarnaast is WONDR vooral gericht op millennials. Deze generatie koopt veruit het meest online met hun smartphone, zo ook via Klarna's betaalmethodes. Dit is hét moment om hen naast de bekende online touchpoints ook een offline merkervaring te bieden. Klarna volgt hierin haar overtuiging dat merken onderdeel moeten zijn van de cultuur van haar doelgroep om relevant te blijven.

Annette Verdouw, Marketing Manager bij Klarna, licht de keuze om met WONDR in zee te gaan toe: "De beelden die WONDR tot nu toe gedeeld heeft, ademen en leven Klarna. De pop-up experience sluit perfect aan bij wie wij zijn en wie we willen bereiken. Dankzij onze samenwerking kan iedereen ons merk in het echt ervaren. Ik ben er niet alleen trots op dat we aan dit gave project mogen bijdragen met een eigen ruimte, maar ook dat we ook als inspiratiebron hebben gediend voor WONDR."

Sarah Mendes, oprichtster van WONDR: "Klarna past perfect bij WONDR, niet alleen op basis van de merkbeleving, maar ook op het gebied van visie en waarden. Beide organisaties vieren innovatie en focussen op het maken van creatieve producten die inspireren. Een doorslaggevende factor bij mijn keuze voor een partner. Daarnaast hebben Klarna's visuele state-of-the-art campagnes mij geïnspireerd bij het ontwikkelen van WONDR. Ik kijk ernaar uit om het publiek te laten zien welke beleving we samen hebben gecreëerd."

### **Smooth Dogg in Get Smooth-campagne**

*Smooth* vat Klarna's totale strategie samen in één woord: het verminderen van frictie bij betalen. In de Get Smooth-campagne kondigde het Amerikaanse rapicoon op een flamboyante manier aan dat hij minderheidsaandeelhouder geworden is van het bedrijf. Geheel in stijl paste de Amerikaanse artiest ook zijn naam aan: Smooth Dogg. Daarnaast refereert de campagne aan het feit dat Klarna's producten het

dagelijks leven soepeler en makkelijker maken, of je nu een consument, een webwinkelier of een bekend persoon als Smooth Dogg bent.

---

### **Over Klarna**

Klarna, de wereldwijde disruptieve leider op het gebied van betalingen en bankieren én aanbieder van smooth retaildiensten, werd in 2005 in Zweden opgericht. Klarna heeft momenteel een post money waardering van \$5,5 miljard. Hiermee is Klarna niet alleen de grootste private fintech in Europa, maar ook een van de grootste private fintechs wereldwijd. Klarna biedt (web)winkels een flexibel aanbod aan betaalalternatieven. Met deze betaalmogelijkheden kunnen consumenten overal gemakkelijk en veilig betalen zoals zij dat willen - online en in de winkel. Meer dan 170.000 (web)winkels, waaronder H&M, Adidas, ASOS, V&D, Omoda, Travelbags, Nike, AliExpress, Superdry en Gymshark maken gebruik van Klarna's innovatieve winkelervaring. Deze reikt verder dan de daadwerkelijke transactie en stelt consumenten in staat om controle te hebben over hun persoonlijke financiën. Klarna heeft 2.500 werknemers en is actief in 17 landen. Kijk voor meer informatie op <https://www.klarna.com/nl/>.

### **Meer informatie**

Marcommit  
Annelies Heuvelmans  
035-5822730  
[klarna@marcommit.nl](mailto:klarna@marcommit.nl)