

Lidl's literaire uitstapje

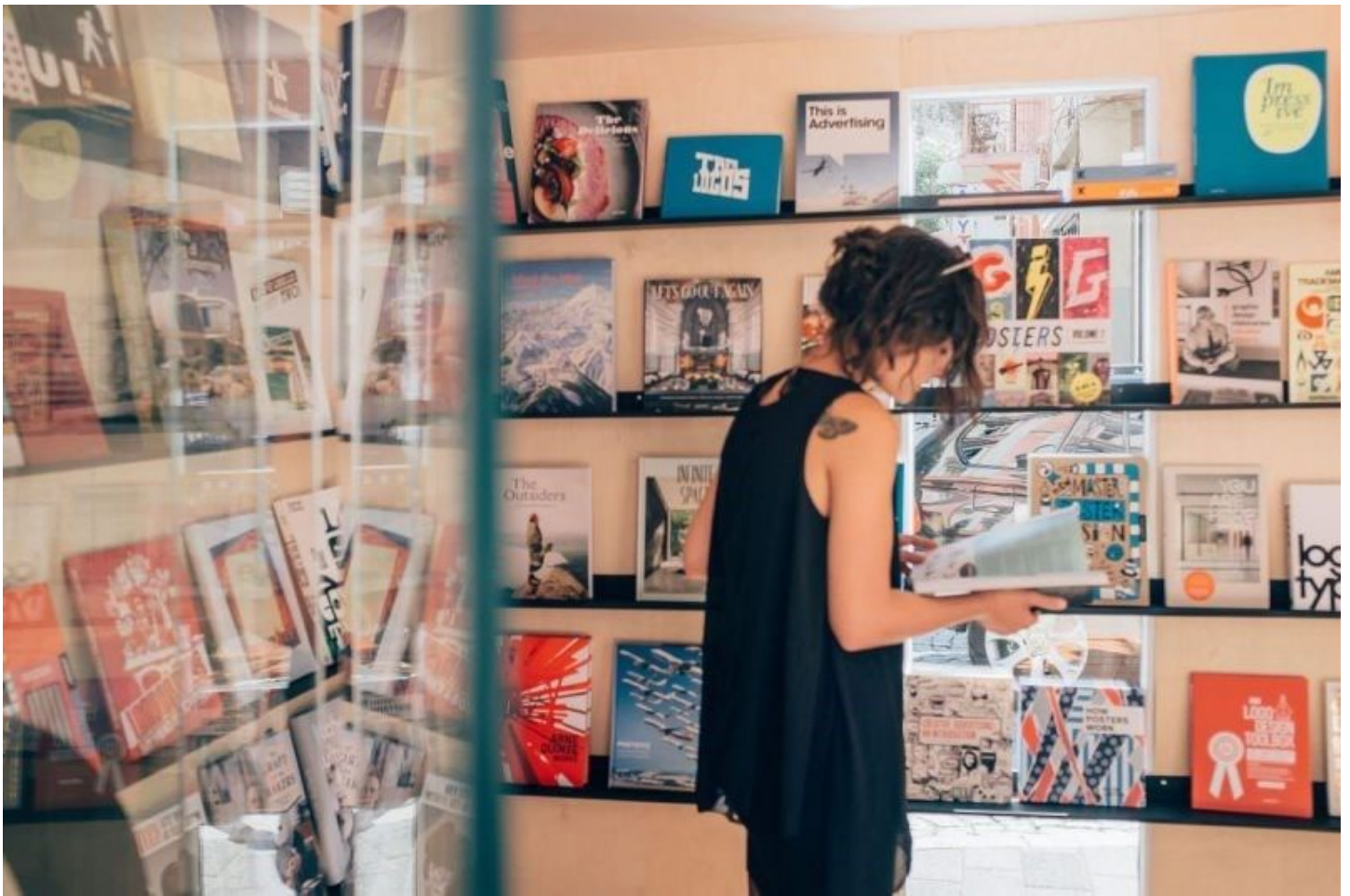
29-06-2016 10:28



Lidl is niet alleen sponsor van de Bulgaarse One Design Week, maar levert ook zelf een creatieve bijdrage. Niet met een stijlvolle supermarkt, maar met een pop-up bibliotheek gericht op boeken over design.

Met de betrokkenheid bij het designfestival wil de Duitse discounter een nieuwe doelgroep aanspreken. 'Een jong en progressief publiek', zoals Lidl het zelf verwoordt. Langzaam wil de supermarktketen zijn imago wat opschuiven van no-nonsens discounter naar meer oog voor uitstraling en design. Naast het introduceren van nieuwe winkelconcepten, moeten ook de bijdragen aan verschillende culturele festivals daarbij helpen.





Lidl's Design Bookery heeft tien dagen in Plovdiv gestaan, waar One Design week werd geopend. Daarna was de pop-up bibliotheek nog vijf dagen te bewonderen in hoofdstad Sofia. De collectie bestond uit zo'n honderd eigentijdse boeken en magazines over onder meer illustraties, grafische vormgeving, interieur- en webdesign. Bulgaarse designers kunnen volgens de organisatie van het festival op weinig plekken buiten het internet goede vakinformatie vinden. Ook op scholen en universiteiten is er weinig aandacht voor. Met het concept van Lidl was dat probleem verholpen, voor even dan.

