

SEBASTIAN RETZ

SOME THINGS ARE SPECIAL



KAMPAGNE: LIDL

SEBASTIAN RETZ FÜR BRANDON

DU BIST, WAS DU ISST! NIE ZUVOR WAR DAS SPRICHWORT TREFFENDER ALS HEUTE. DENN: ESSEN IST EIN TREND! WAS FRÜHER ALS GRUNDLAGE DES EINFACHEN ÜBERLEBENS GALT, DIENT JETZT ALS AUSDRUCKSWEISE VON LIFESTYLE UND ÜBERZEUGUNG. KLEINE PREISE ZIEHEN NICHT MEHR – STATTDESSEN BITTE FAIR TRADE, BIO UND VEGAN. AM BESTEN LOKAL. DAS EINKAUFsverHALTEN DER MENSCHEN VERÄNDERT SICH, AUS KONSUMENTEN WERDEN ‚ESSTHETIKER‘. UND DER LEH MUSS NACHZIEHEN! WER DAS ERKANNT HAT? LIDL. MIT UNTERSTÜTZUNG VON BRANDON HABE ICH EIN GANZ NEUES KONZEPT FÜR DEN MARKT GESCHAFFEN: DEN LIDL-AUTOMATEN. „DER KLEINE BRUDER“ KANN IN DEN STORE INTEGRIERT ODER AN UMSATZSTARKEN ORTEN PLATZIERT WERDEN. DAS ZIEL BESTEHT DARIN, DIGITAL SHOPPING ZU ERMÖGLICHEN UND ZWAR 24/7! VIA APP SIEHT DER KUNDE, WELCHE PRODUKTE ERHÄLTICH SIND UND BEZAHLT BEQUEM ONLINE ÜBER TOUCHSCREEN, VORBESTELLUNGEN INKLUSIVE. ALS SMARTER BONUS BETREIBT DER AUTOMAT ZEITGLEICH MARKTFORSCHUNG. FUTURISTISCH DESIGNT, ERFÜLLT DER MINI-STORE DIE BEDÜRFNISSE EINER GESELLSCHAFT MIT NEUEN ANSPRÜCHEN – UND DAS ZU FAIREN LIDL-PREISEN.