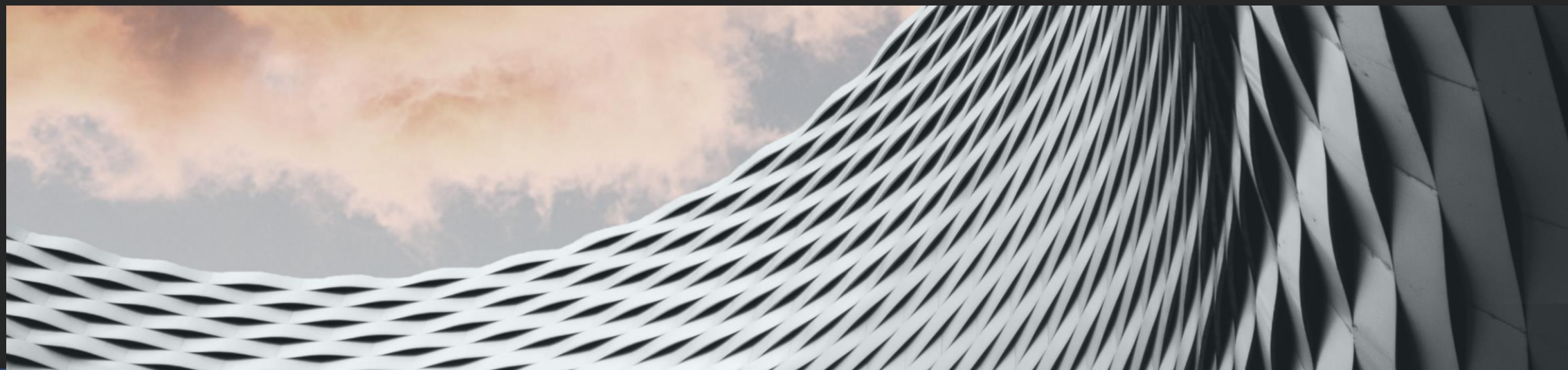


EXECUTIVE

TRENDREPORT / DMVÖ

04/2022





METaverse-CANNABIS-SHOP VERKAUFT THC-PRODUKTE

Saucey Farms & Extracts und Higher Life CBD Dispensary haben sich zusammengetan, um die ersten THC-Produkte zum Kauf in einem Metaverse-Cannabis-Shop verfügbar zu machen. Saucey-Artikel können im Metaverse sowohl mit regulärer Währung als auch mit Kryptowährung gekauft werden, um allen das Shopping in der Higher Life CBD Dispensary in der Dendrite Street in der Nähe von Igloo 3 in Cryptovoxels zu ermöglichen. Higher Life CBD Dispensary war die erste Cannabismarke, die mit CBD-Produkten im Metaverse präsent war. Kund:innen können nun Produkte von Blütenarten über naturreine Cannabisölkartuschen bis hin zu Kiefed-Pre-Rolls kaufen.

SOURCE: <https://www.cryptovoxels.com>

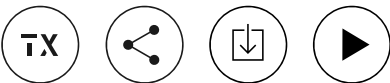
INITIATOR: Saucey Farms & Extracts, Vereinigte Staaten von Amerika





PHYGITALER STORE FÜR AUFSTREBENDE MARKEN

Die Madrider Kreativagentur Wow Concept hat einen sechsstöckigen phygitalen Concept Store mit 5.500 Quadratmeter Gesamtfläche eröffnet. Das Geschäft versteht sich als eine "Erlebnisplattform" für aufstrebende Marken und setzt auf ein agiles Innendesign. Gestaltet wurde es vom Architekturbüro External Reference, welches für "Wow" das Hotel Roma umbaute. Jedes Stockwerk bietet Kund:innen ein immersives Erlebnis an. Die "Tech Garage" etwa lädt ein, per AR mit einer maritimen Landschaft aus dem 3D-Drucker zu interagieren. Im "Home Boulevard" hingegen werden Haushaltswaren angeboten, die von Metaverse-Ästhetik inspiriert sind.



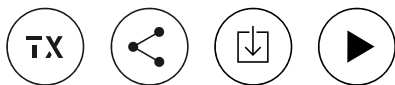
SOURCE: <https://wowconcept.com>

INITIATOR: Wow Concept, Spanien



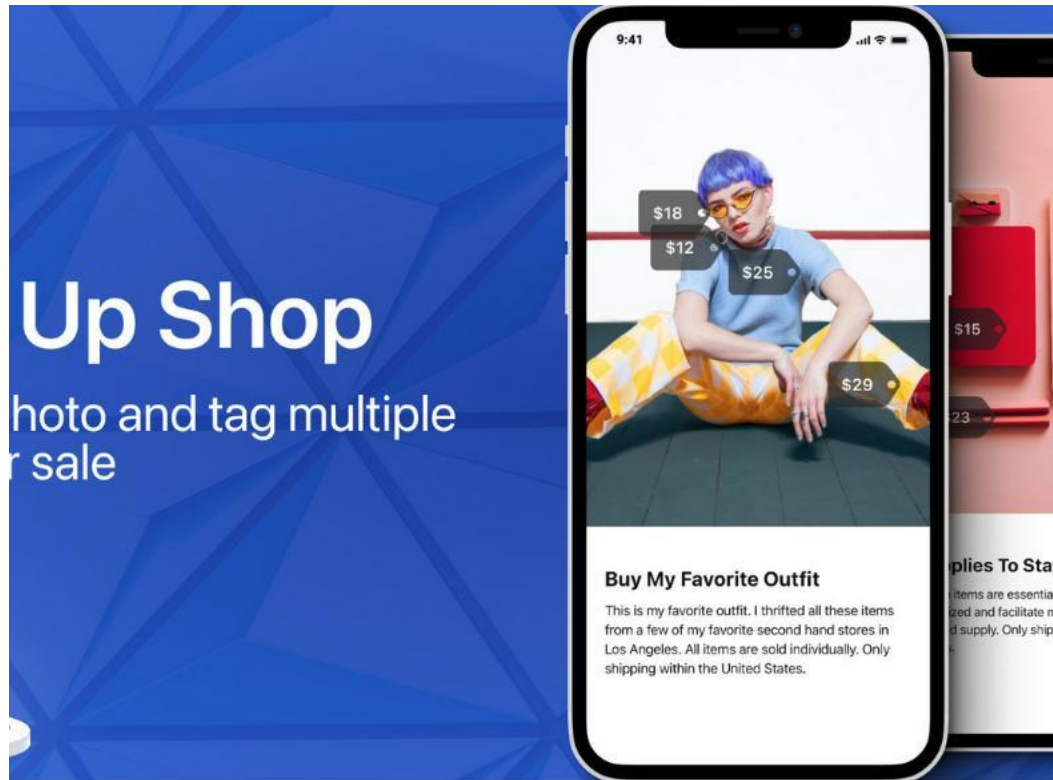
NAVI-APP PROMOTET FRAUENBETRIEBE

Die Nissan-Marke Infiniti hat mit der Navigationsapp Waze kooperiert, um Autofahrer:innen in den USA und Kanada zu Geschäften zu lotsen, die von Frauen betrieben werden. Die Kampagne "Pave it Forward" wurde im Zuge des Women's History Month gelauncht. Seit dem Weltfrauentag werden in der Waze-App von Frauen betriebene Läden hervorgehoben. In Zusammenarbeit mit dem National Women's History Museum werden Waze-Nutzer:innen in rund 14 Städten Sehenswürdigkeiten auf ihrer Route angezeigt. Im Rahmen der Kampagne erhalten sie auch die Möglichkeit, ihr Auto-Icon durch das neue Infiniti QX60 zu ersetzen.



SOURCE: <https://www.infinitiusa.com>

INITIATOR: Nissan North America Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



POP-UP-SHOPS FÜR CREATOR

Die US-amerikanische Link-in-Bio-Plattform für Creator Koji hat ihren App-Store um eine Anwendung namens "Pop Up Shop" erweitert, mit der Nutzer:innen schnell einen Shop erstellen können. Der Shop besteht dabei aus einem vom Creator hochgeladenen Foto, in dem zum Verkauf stehende Produkte markiert werden. Die Produkt-Tags führen zu Produktinformationen, Preisangaben und Lieferoptionen. Kund:innen können die Produkte mit einem Klick auswählen und sie direkt über die App bezahlen. "Pop Up Shop" will so Creator unterstützen, schnell und unkompliziert Produkte anzubieten. Im Gegenzug entrichten sie 5 Prozent der Transaktionssumme an Koji.



SOURCE: <https://withkoji.com>

INITIATOR: GoMeta Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



SCAVENGER HUNT FÜHRT ZU IKEAS "INFINITY"-ROOM

In einer IKEA-Filiale im Londoner Stadtteil Greenwich wurde ein geheimer Raum namens Infinity eingerichtet, dessen Standort Kund:innen nur anhand eines Videos auf TikTok und Pinterest herausfinden konnten. Interessierte Kund:innen konnten an der Scavenger Hunt teilnehmen und anhand der geposteten Videos versuchen, den Weg zu erkennen, den die TikTok- oder Pinterest-Influencer:innen genommen hatten, um den Raum zu finden, oder selbst in dem riesigen Laden auf Entdeckungstour gehen. Die Scavenger Hunt hatte zum Ziel, die Kund:innen über soziale Medien in die Filiale zu lotsen und so noch mehr Promotion über soziale Kanäle zu generieren.



SOURCE: <https://www.mirror.co.uk>

INITIATOR: INGKA Holding B.V., Vereinigtes Königreich

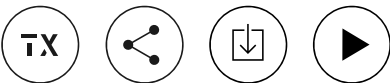


INNOVATIONSZENTRUM LÄDT ZU FÜHRUNGEN EIN

Der kalifornische Hersteller von Laborfleisch Upside Foods bietet Konsument:innen Führungen an, bei denen sie die Innovationsarbeit und Produkte der Firma kennenlernen können. Die Führungen im Engineering, Production, and Innovation Center (EPIC) sollen dazu beitragen, dass Konsument:innen die Scheu vor kultiviertem Fleisch verlieren und Vorurteile abbauen. Die vierteljährlich angebotenen Events bieten die Möglichkeit, das EPIC zu besichtigen und bei einer Präsentation Einblicke in den Kultivierungsprozess zu erhalten. Bei den Events ist Gründerin und CEO Dr. Uma Valeti anwesend, sodass sich Besucher:innen mit ihr austauschen können.

SOURCE: <https://www.prnewswire.com>

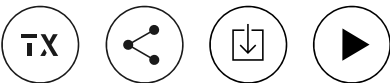
INITIATOR: Upside Foods Inc., Vereinigte Staaten von Amerika





AUTOMAT BIETET TESTFAHRT MIT GT7-SUPERCARS

Sony hat in einer Kampagne für sein Videospiel Gran Turismo 7 (GT7) das Hochhaus ABM Ten Square in Singapur in einen riesigen Automaten für GT7-Supercars verwandelt. Dabei wurde auf jedem Stockwerk ein Traumauto aus dem beliebten Auto-Rennsport-Simulator präsentiert. Fans konnten eines der Autos auswählen, es sich über ein Liftsystem nach unten bringen lassen und mit ihrem Traumauto aus dem Spiel eine Testfahrt absolvieren. Die Kampagne wurde von Online-Videos über den GT7-Automaten begleitet, in denen sich bekannte Gamer:innen mit Motorsport-Profis aus dem asiatisch-pazifischem Raum über Autos, Rennen und GT7 austauschen.



SOURCE: <https://campaignbriefasia.com>

INITIATOR: DDB Hong Kong, Singapur



NACHTTISCHLAMPEN HELLEN IN LONDON DIE STIMMUNG AUF

Die private Krankenversicherung Axa Health hat im Rahmen ihrer "Feelgood health"-Kampagne eine OOH-Aktion durchgeführt, um Londoner:innen eine Lösung gegen den Winter-Blues anzubieten. Dazu hat das Unternehmen drei riesige Nachttischlampen auf der Straße installiert, die Licht aus SAD-Lampen spenden. Sie sollten das Sonnenlicht imitieren und luden Passant:innen ein, an einer Schnur zu ziehen, die Lampen anzuschalten und sich vom Licht in gute Stimmung versetzen zu lassen. Dabei konnten sie auch einen QR-Code scannen, um die Angebote von Axa Health rund um psychische Gesundheit kennenzulernen.



SOURCE: <https://www.glasgowworld.com>

INITIATOR: AXA PPP healthcare Group Ltd., Vereinigtes Königreich

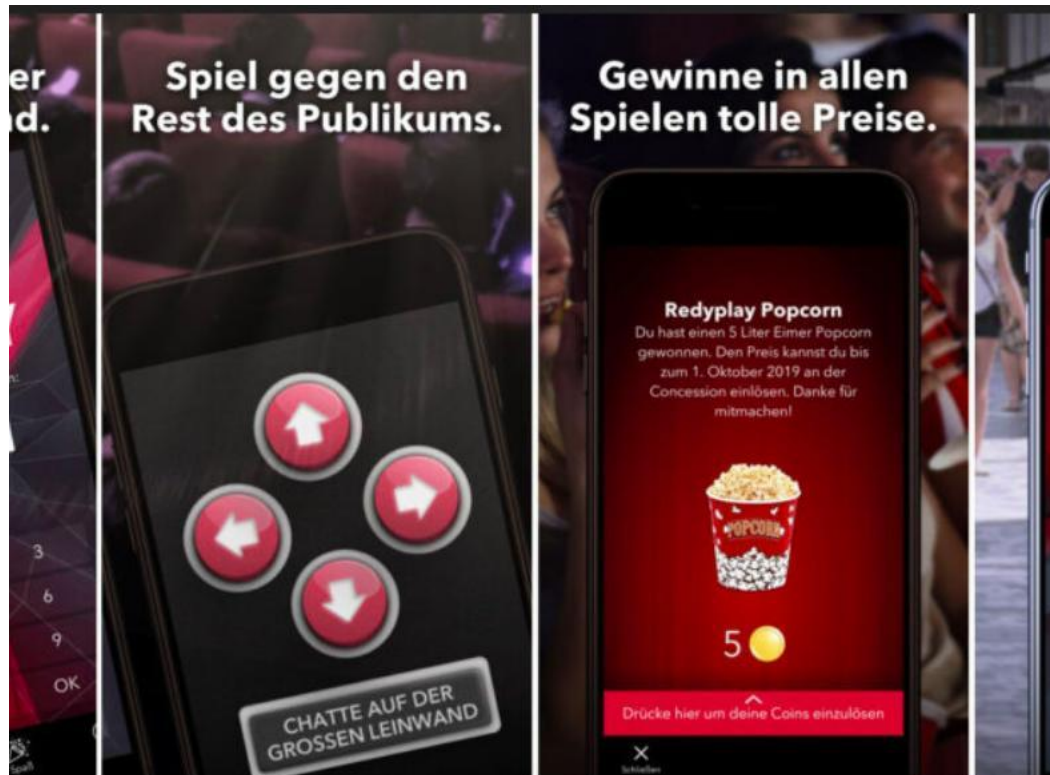


MODEMARKE LANCIERT APP FÜR KREATIVE INHALTE

Die italienische Modemarke Bottega Veneta hat im Vorfeld der Mailänder Modewoche eine App lanciert, die Nutzer:innen eine "Plattform für kreative Begegnungen" bieten soll. Die App soll den Rückzug der Marke aus Social Media ausgleichen und Modeinteressierten die Möglichkeit geben, die Kollektionen des neuen Kreativchefs von Bottega Veneta zu entdecken. Im Zentrum der App steht die Farbe Grün, die zum Corporate Design gehört. Die App wandelt den Smartphone-Screen in die Farbe um, sobald etwas Grünes im Kamerabild auftaucht. Die Inhalte, so auch ein Livestream von der Fashion Week in Mailand, werden dann auf dem grünen Bildschirm präsentiert.



SOURCE: <https://apps.apple.com>
 INITIATOR: Bottega Veneta S.r.l., Italien



SPIELERISCHE KINOWERBUNG IN AUGMENTED REALITY

Der Vermarkter von Kinowerbung Weischer.Cinema bringt ein AR-Webformat in 21 Kinos der UCI-Gruppe, das Kinobesucher:innen zu spielerischer Interaktion einlädt. Dazu müssen sie die "REDyPLAY"-App von CinemaTaztic herunterladen und sich registrieren. Erscheint auf der Leinwand Werbung, die für ein Spiel wirbt, sehen Zuschauer:innen einen Code, den sie in ihre App eingeben. Sodann erscheinen ihr Avatar und der Name der Nutzer:innen auf der Leinwand. Die Spiele bestehen aus Schatzsuchen und kleinen Jump-and-Run-Games, die sich durch Gesten oder über das Smartphone steuern lassen. Als Gewinn winken kleine Preise wie kostenloses Popcorn.



SOURCE: <https://weischer.media>

INITIATOR: Weischer.Cinema Deutschland GmbH & Co. KG, Deutschland



HAMBURG OFFICE

GASSTRASSE 2
22761 HAMBURG
DEUTSCHLAND

TELEFON

+49 40 52 67 78 0

FAX

+49 40 52 67 78 36



BERLIN OFFICE

BRUNNENSTRASSE 37
10115 BERLIN
DEUTSCHLAND

TELEFON

+49 30 50 91 48 56

FAX

+49 40 52 67 78 36



WIEN OFFICE

C/O KAPSCH/EVOLARIS
LEHRBACHGASSE 11, 1120 WIEN
ÖSTERREICH

TELEFON

+49 40 52 67 78 0

FAX

+49 40 52 67 78 36



ZÜRICH OFFICE

KANZLEISTRASSE 53
8004 ZÜRICH
SCHWEIZ

TELEFON

+41 79 607 12 87

UNSERE AUSZEICHNUNGEN:



Deutsches Institut für
Erfindungswesen

Innovator des Jahres
i2018 INNOVATOR
DES JAHRES

Innovator des Jahres
i2019 INNOVATOR
DES JAHRES

Deutschland
Land der Ideen



WWW.TRENDONE.COM | WWW.TRENDEXPLORER.COM | WWW.TRENDMANAGER.COM | BLOG.TRENDONE.COM | WWW.FACEBOOK.COM/TRENDONE | WWW.TWITTER.COM/TRENDONE