# EXECUTIVE

# TRENDREPORT/DMVÖ 2023 04/2023





# BAUMARKT-WORKSHOPS FÜR KINDER IM METAVERSE

Die US-Baumarktkette Home Depot veranstaltet Workshops für Kinder im Metaverse. Die "Virtual Kids Workshops" in Redcliff City auf Roblox sind von den physischen Workshops von Home Depot für Kinder inspiriert. Bei den Workshops in den Filialen erhalten sie auch Codes, die sie in Roblox einlösen können. Teilnehmende besuchen dazu die Filiale von Home Depot in Redcliff City und wählen aus, ob sie ein Vogelhaus, einen Blumengarten oder eines kleines Auto zusammenbauen möchten. Danach gilt es, Materialien dafür zu sammeln und sie im Kinder-Workshop-Bereich zu verwenden. Die Projektergebnisse können dann in ganz Redcliff City verwendet werden.









SOURCE: https://www.roblox.com

INITIATOR: Home Depot Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



# INTERAKTIVES KINDERBUCH MIT KOCHREZEPTEN

Die Marke für Molkereiprodukte Kerrygold hat mit "The Magical Pantry" ein digitales Erlebnis für Familien kreiert, das Kinder zum Gestalten eines Kochbuchs einlädt. Dazu personalisieren sie das digitale Buch mit ihrem Namen und wählen einen Avatar aus, den sie ihren Wünschen anpassen können. Anschließend können sie aus 40 verfügbaren Rezepten mit vier möglichen Geschichten auswählen. "The Magical Pantry" versetzt sie dann in eine bunt illustrierte Welt voller Fabelwesen und Tiere. Dabei interagieren die Kinder nicht nur mit den Inhalten der Geschichte, sondern lernen auch, zu pürieren, zu mixen und zu servieren.





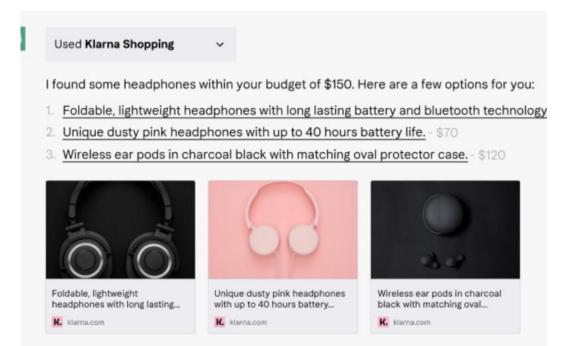




SOURCE: https://www.themagicalpantry.com

INITIATOR: Ornua Co-operative Ltd., Vereinigte Staaten von Amerika

What are popular headphones I can buy? My budget is \$150



### SHOPPINGHILFE MIT CHATGPT

Der Zahlungsdienst Klarna hat in Kooperation mit OpenAI ein Plug-in für ChatGPT Plus bereitgestellt, um Nutzer:innen personalisierte Produktempfehlungen zu liefern. Dazu installieren sie das Klarna-Plug-in aus dem ChatGPT Store, das zurzeit ChatGPT Plus-Abonnent:innen in den USA und Kanada zur Verfügung steht. Anschließend können sie ChatGPT nach spezifischen Produkten in einer bestimmten Preisklasse fragen. Sind Anwender:innen mit den Ergebnissen nicht zufrieden, können sie mit weiteren Prompts die Suche verfeinern. Die kuratierten Empfehlungen leiten zu Klarna weiter, wo sie die Preise für ein Produkt vergleichen und dann einkaufen können.







SOURCE: https://www.klarna.com INITIATOR: OpenAl LP, Schweden



### **KUNSTGENERATOR FÜR COKE-FANS**

Coca-Cola hat die KI-Plattform "Create Real Magic" lanciert und Fans eingeladen, Kunstwerke zu kreieren. Die Plattform wurde von OpenAI und Bain & Company exklusiv für Coca-Cola entwickelt und integriert die generativen KI-Tools DALL:E und ChatGPT4. Darüber hinaus stehen Nutzer:innen Markenelemente wie etwa die ikonische Coke-Flasche mit dem handschriftlichen Logo zur Verfügung. Coke-Fans sind eingeladen ein digitales Kunstwerk mit Coca-Cola zu erschaffen und damit an einem Wettbewerb teilzunehmen. Die Kreationen der Gewinner:innen werden an digitalen Werbetafeln am New Yorker Time Square und am Piccadilly Circus in London zu sehen sein.









SOURCE: https://www.coca-colacompany.com

INITIATOR: The Coca-Cola Company, Vereinigte Staaten von Amerika





Der US-Anbieter von Schmuck und Accessoires Claire's hat in Paris ein immersives Ladengeschäft eröffnet um seine junge Zielgruppe der Gen Zalpha mit verschiedenen Erlebnissen und Social Storytelling anzulocken. Die Kund:innen sollen in der Filiale Spaß haben, einen Raum zum Experimentieren erhalten und gemeinsam mit Claire's kreativ werden. Dazu bietet das Unternehmen nicht nur einen Piercingservice an, sondern auch ein Studio, in dem Kund:innen Inhalte produzieren und über Soziale Medien verbreiten können. Im Geschäft sollen auch exklusive, neue Produkte und Testlinien gelauncht werden, die durch Events und Pop-ups beworben werden.









SOURCE: https://www.prnewswire.com INITIATOR: Claire's Stores Inc., Frankreich





Die Schokolinsen-Marke M&M hat die Kampagne
"#FilmsYouWantToSee" lanciert, um auf Vorurteile in Filmen aufmerksam
zu machen. Hintergrund ist eine von M&M durchgeführte Studie, in der
die Mehrheit der GenZ-Teilnehmenden angab, sich an wiederkehrenden
Stereotypen zu stören. Im Zuge der Kampagne hat M&M junge
Filmschaffende eingeladen, von Tweets inspirierte Filmtrailer zu
produzieren, die Wünsche junger Menschen in Bezug auf Filminhalte
aufgreifen. Dabei sind auf Diversität und Inklusion ausgerichtete Trailer
entstanden, die etwa einen LGBTQIA+-Spionagefilm im Stil von James
Bond ankündigen und mit etwas Glück als Kurzfilm erscheinen könnten.



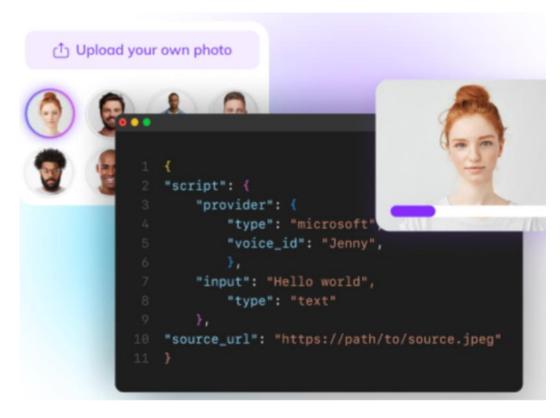






SOURCE: https://www.mms.com

INITIATOR: Mars Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



# CHAT-API FÜR MENSCHLICHEN KI-CHATBOT

D-ID hat eine Chat-API präsentiert, die es Nutzer:innen ermöglicht, persönliche Gespräche mit einem KI-Menschen zu führen. Die Technologie simuliert eine "menschliche" Schnittstelle für KI-Konversationen und bietet Nutzer:innen Echtzeit-Streaming-Funktionen, Text-to-Video-Technologie und Sprachmodelle wie GPT-3 und LaMDA. Mit dem Dienst können Entwickler:innen fotorealistische digitale Assistent:innen erstellen, die auf ansprechende und menschliche Weise mit Nutzer:innen kommunizieren. Eine denkbare Anwendung für die API wären Text-Chatbots, da sie Marken eine persönlichere und interaktive Erfahrung mit Kund:innen ermöglichen würden.









SOURCE: https://www.d-id.com

INITIATOR: De-Identification Ltd., Israel



# META INTEGRIERT IN-STORE-DATEN IN SOCIAL ADS

Meta bietet in Partnerschaft mit dem Unternehmen IRI die Shopper-Marketing-Lösung "Ansa" an, um In-Store-Daten in Social Ads auf Facebook und Instagram zu integrieren. Ansa ist eine SaaS-Plattform, die Kampagnen automatisch basierend auf den Umsätzen in der Filiale steuert, misst und optimiert. Sie stellt hyperlokale Targeting-Empfehlungen und Optimierungen auf der Grundlage von Kampagnenparametern bereit. Markenvermarkter sollen so dabei unterstützt werden, die Ergebnisse ihrer Kampagnen in den sozialen Medien zu verbessern, da Google plant, die Cookies von Drittanbietern abzuschaffen.







SOURCE: https://www.businesswire.com

INITIATOR: Meta Platforms Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



# WIRTSCHAFTSZONE IN DER FANTASIEWELT

Ein japanisches Konsortium aus Finanzdiensleistern und Tech-Unternehmen entwickelt eine Wirtschaftszone im Metaverse.
Besucher:innen von "Ryugukoku" können einen digitalen Zwilling oder einen selbstlernenden Avatar erstellen, ähnlich wie in RPG-Spielen Fantasiewelten erkunden und Services nutzen. Durch einen digitalen Authentifizierungsnachweis oder mit einem "Multi-Magic-Pass" (MMP) lassen sich auch Zahlungen an Händler:innen autorisieren. "Ryugukoku" verfügt über eine offene Metaverse-Infrastruktur und ist mit anderen Plattformen interoperabel. Die Infrastruktur soll weltweit Unternehmen und Behörden zur Verfügung gestellt werden.







SOURCE: https://www.fujitsu.com INITIATOR: Fujitsu Ltd., Japan



# MODEMARKE LÄSST SÜDKALIFORNIEN VIRTUELL NACHBAUEN

Der Modehändler Pacsun hat das virtuelle Erlebnis "Pacsun Los Angeles Tycoon" auf Roblox lanciert. Es ermöglicht Spieler:innen, ihre eigene Karte von Südkalifornien zu bauen, einschließlich der ersten Bauten in Downtown L.A., Santa Monica und Hollywood. Sobald eine Region fertiggestellt ist, wird ein Teil eines Pacsun-Geschäfts in der jeweiligen Zone als Preis für die Fertigstellung der Region freigeschaltet. Die Spieler:innen erhalten dann Zugang zu den jeweiligen Läden und können dort von der Community erstellte Waren ansehen und kaufen. Es werden 20 digitale Artikel angeboten, die von der Frühjahrskollektion 2023 inspiriert sind.







SOURCE: https://www.prnewswire.com

INITIATOR: Pacific Sunwear of California LLC, Vereinigte Staaten von Amerika



# **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



Gewinner der Dieselmedaille 2018



Innovativste Unternehmen Deutschlands 2020, 2021 & 2022





Mit dem Land der Ideen Preis ausgezeichnet 2015

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