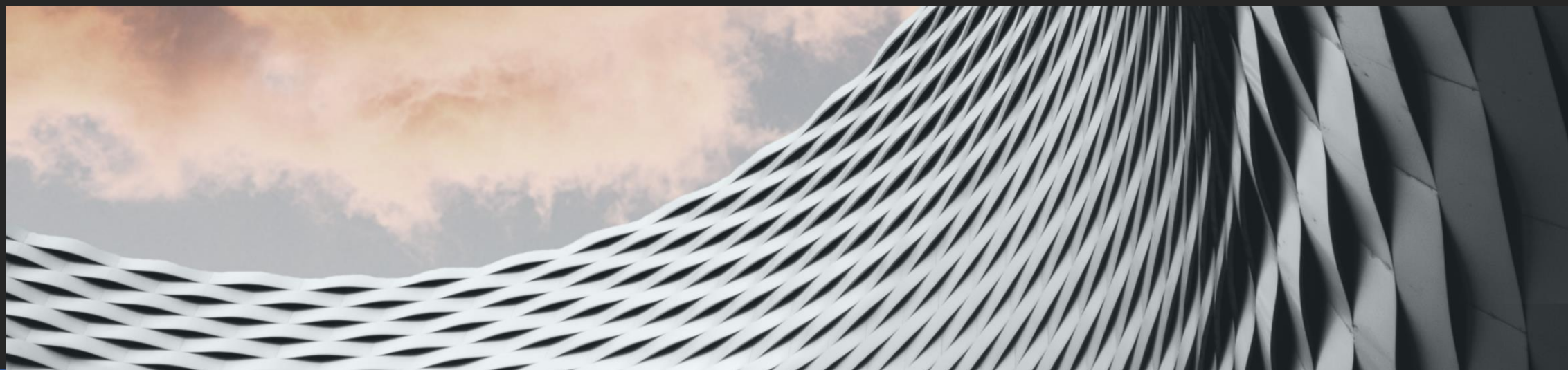


EXECUTIVE

TRENDREPORT / DMVÖ

05/2023





NACHHALTIGKEITSKAMPAGNE INTEGRIERT AKTIVIST:INNEN

Puma hat das Nachhaltigkeitsprojekt "Voice of a Re:Generation" präsentiert, das Verbraucher:innen aktiv in seine Nachhaltigkeitsinitiativen einbindet. Im Rahmen des einjährigen Programms werden vier junge Menschen aus Europa und den USA mit Puma zusammenarbeiten und sich mit Führungskräften wie A.-L. Descours und dem Nachhaltigkeitsteam der Marke treffen, um für ihre Generation leicht verständliche Nachhaltigkeitsinitiativen zu entwickeln. Die jungen Umweltschützer:innen werden Puma auch bei der Verbesserung der Nachhaltigkeitspraktiken beraten. Puma erhofft sich von dem Projekt, besser zu verstehen, was bei der Generation Z gut ankommt.



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

INITIATOR: Puma SE, Deutschland

CALL US.
3-543-PERF

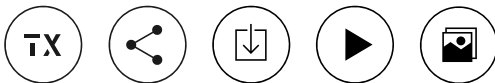


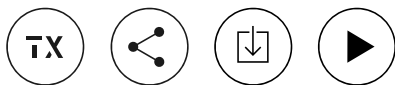
CALL US
+44 808 296

PARFUM-HOTLINE FÜR LIEBESNACHRICHTEN

Zusammen mit seinem neuen Parfum "Perfect" lanciert die Luxusmarke Marc Jacobs Fragrances des US-amerikanischen Kosmetikvertriebs Coty Inc. zwei Telefon-Hotlines, um individuelle Liebes- und Freundschaftsgeschichten von Anrufer:innen zu sammeln. Im Rahmen der Marketingkampagne können Privatpersonen anonym anrufen und ihre persönlichen Liebeserlebnisse berichten. Die Marke wiederum sammelt diese und stellt die schönsten persönlichsten Geschichten öffentlich auf ihrer Instagram-Seite zur Verfügung. Die Aktion läuft in den USA und in Großbritannien.

SOURCE: <https://www.marcjacobsfragrances.com>
INITIATOR: Coty Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



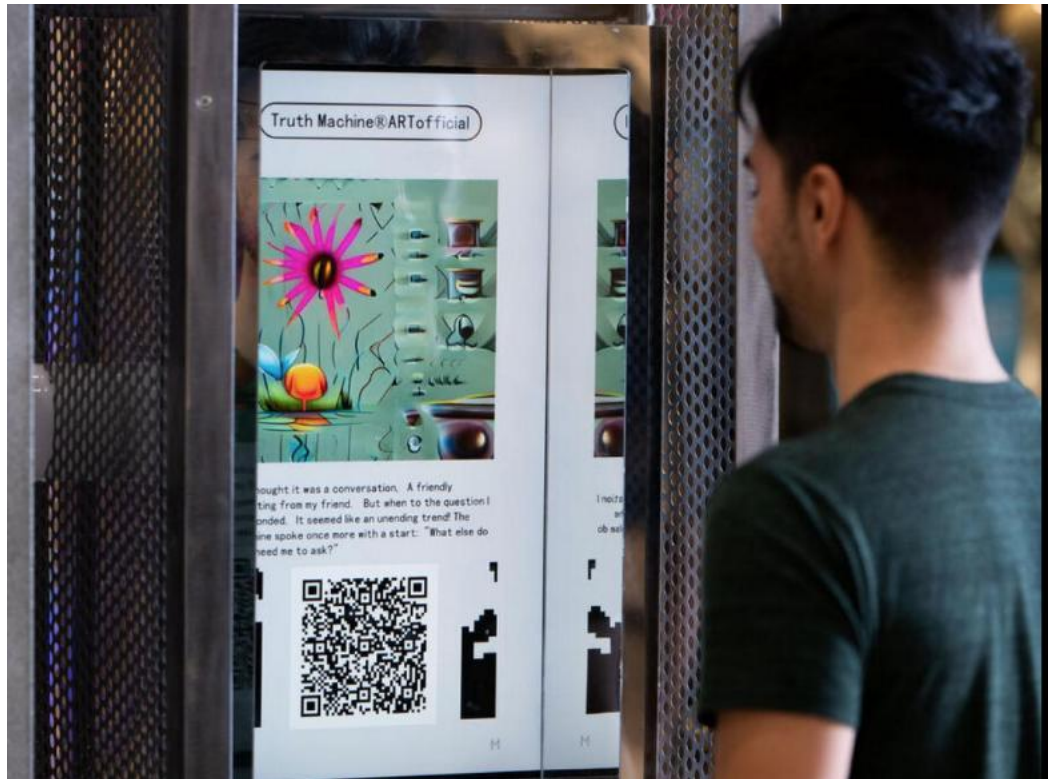


MODELABEL FÜHRT LIVE-PREISMODELL EIN

Das Modelabel Telfar hat ein Live-Preismodell für seine Kollektionen eingeführt. Anstelle von Standardpreisen wird Telfar die Preise nach dem Launch jeder Kollektion von der Verbrauchernachfrage bestimmen lassen. Die Artikel werden zum Großhandelspreis angeboten, der mehr als 50 Prozent unter dem Einzelhandelspreis liegt. Der Preis steigt jede Sekunde, bis er den Einzelhandelspreis erreicht hat. Sobald Artikel ausverkauft sind, wird der Preis für künftige Angebote festgelegt. Die Kollektionen sollen so auch für Verbraucher:innen erschwinglich werden, die sich den normalen Einzelhandelspreis nicht leisten können.

SOURCE: <https://ca.style.yahoo.com>

INITIATOR: Telfar LLC., Vereinigte Staaten von Amerika



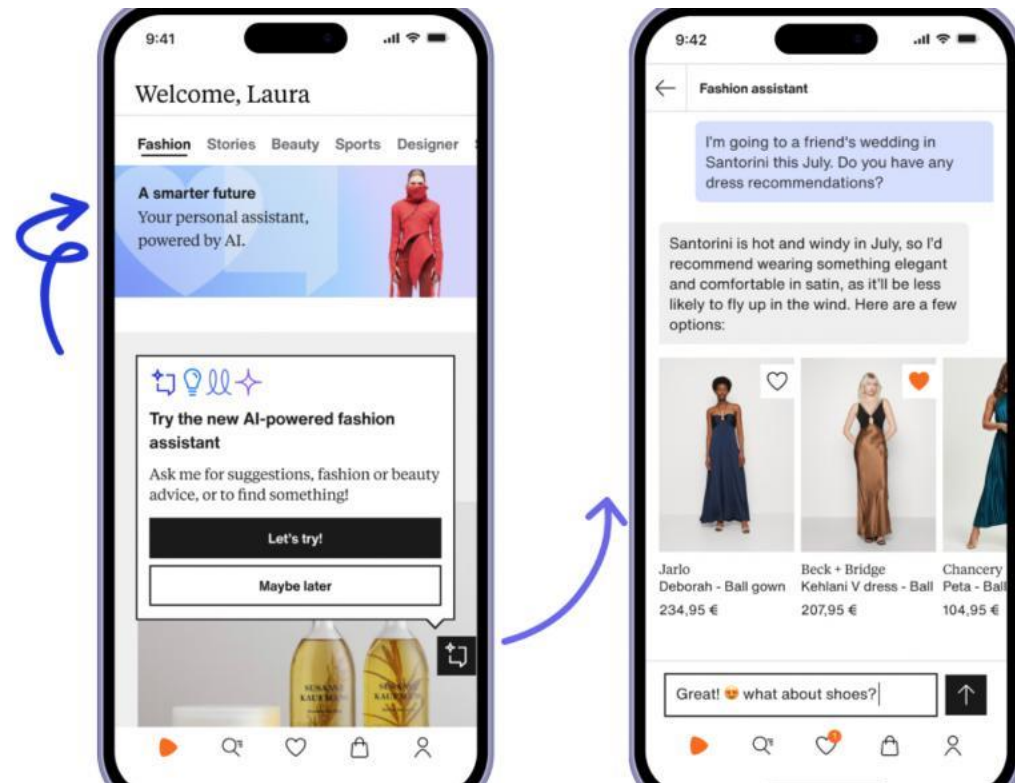
KI-AUTOMAT WECKT DIE KREATIVITÄT VON KUND:INNEN

Das Einkaufszentrum Rundle Place in Adelaide lockt Besucher:innen mit einem ChatGPT- gestützten Automaten, der zu Kreativität motiviert. Zwei Künstler entwickelten "ARTofficial Truth Machine ATM-001" zusammen mit dem Australian Institute for Machine Learning (AIML) im Rahmen der Initiative CreaTech City Challenge. Drückt eine Person den Startknopf, begrüßt der Automat sie und nimmt dabei die Stimme verschiedener Persönlichkeiten an. Danach können Mensch und Maschine gemeinsam ein Kunstwerk erschaffen. Neben einem Kunstposter, in dem Samen einheimischer Pflanzen verpackt sind, werden Nutzer:innen unter anderem personalisiertes Gedicht belohnt.



SOURCE: <https://www.adelaide.edu.au>

INITIATOR: Rundle Place, Australien



KI-CHATBOT HILFT BEIM KLEIDERKAUF

Der Modeanbieter Zalando hat einen "Fashion Assistant" entwickelt, der Kund:innen des Onlineshops mit personalisierten Empfehlungen bei der Outfit-Wahl unterstützen soll. Der ChatGPT-gestützte Berater kann in natürlicher Sprache nach passender Kleidung etwa für eine Hochzeit auf Santorini gefragt werden. Dabei soll er verstehen, dass es sich um einen formellen Anlass bei warmen Temperaturen handelt. Später sollen Nutzer:innen die Suche durch Angabe von Marken oder Größen weiter verfeinern können. "Fashion Assistant" soll in einer Betaversion auf dem Desktop und in der Zalando-App ausgewählten Nutzer:innen bereitgestellt werden.

SOURCE: <https://corporate.zalando.com>
 INITIATOR: Zalando SE, Deutschland



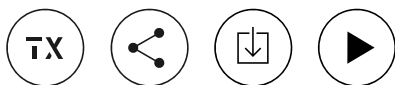
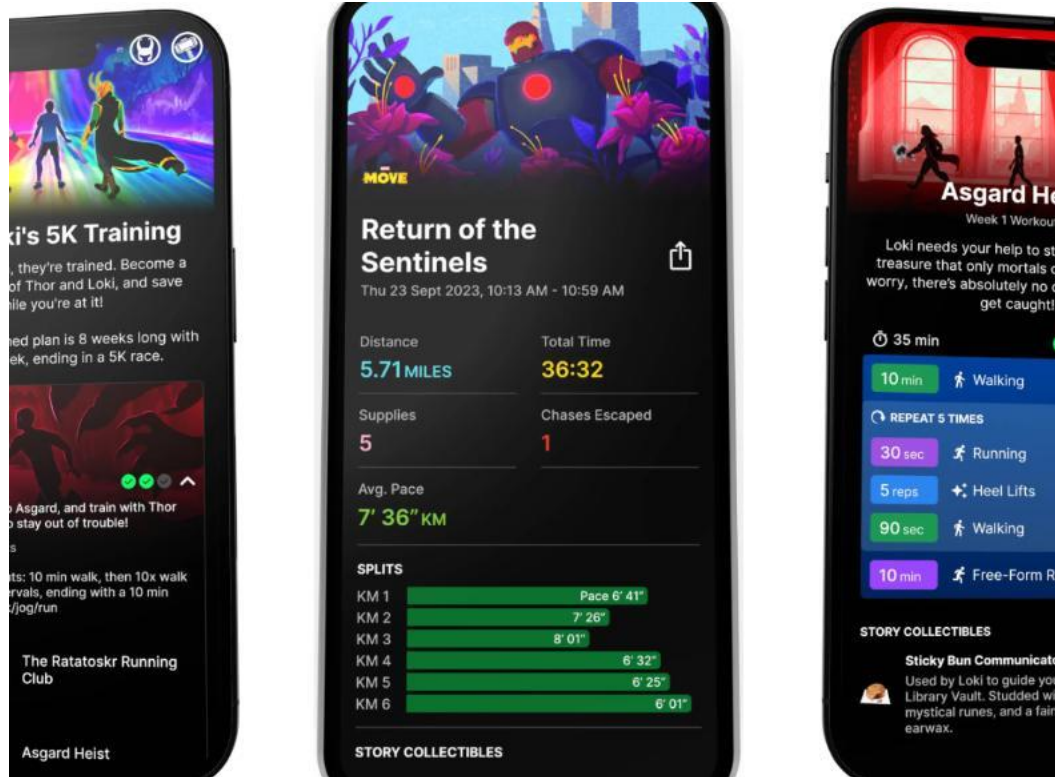


PRIMARK STARTET NACHHALTIGKEITSINITIATIVEN

Primark hat Initiativen zur Verbesserung der Haltbarkeit und Reparatur von Kleidungsstücken gestartet, damit Kund:innen lernen, wie sie ihre Kleidungsstücke reparieren und die Lebensdauer ihrer Kleidung verlängern können. Neben der Einführung von kostenlosen Reparatur-Workshops arbeitet Primark mit der Nachhaltigkeits-Kampagnengruppe Wrap zusammen, um einen branchenweiten Haltbarkeitsstandard zu etablieren. Des Weiteren hat Primark bei der University of Leeds School of Design eine Studie in Auftrag gegeben, die die physische Haltbarkeit von Damen- und Herrenbekleidung unter kontrollierten Bedingungen testet.

SOURCE: <https://corporate.primark.com>
INITIATOR: Primark Stores Ltd., Irland



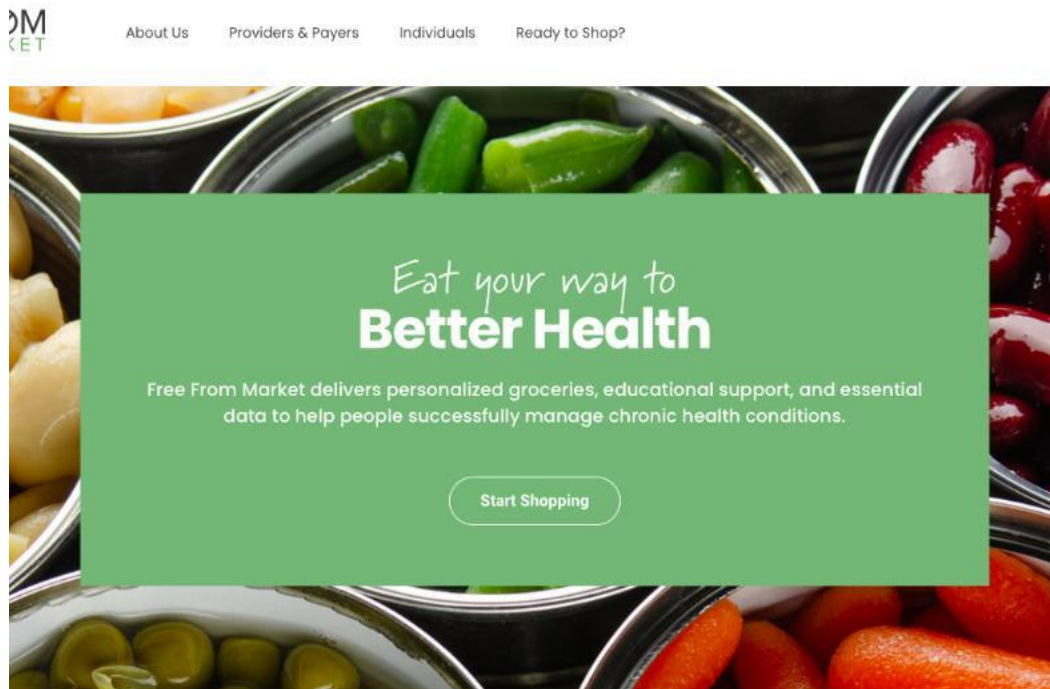


INTERAKTIVE FITNESS-APP MIT SUPERHELDENGESCHICHTEN

Marvel entwickelt gemeinsam mit dem Spiele-Entwickler SixtoStart eine interaktive Fitness-App, die durch Audio-Storytelling zum Laufen motivieren soll. Mit Marvel Move können die Nutzer:innen in das Universum des Unterhaltungsriesen eintauchen und während des Laufens Geschichten hören, die an verschiedene Streckenlängen und Ziele angepasst sind. Unter anderem kann den Göttern der nordischen Mythologie Thor und Loki bei einem Einbruch geholfen werden. Alle Geschichten sind dabei auf eine inklusive Art konzipiert und können laufend oder gehend abgeschlossen werden, damit auch Menschen mit körperlicher Beeinträchtigung das Angebot nutzen können.

SOURCE: <https://zrx.app>

INITIATOR: Walt Disney Company, Vereinigte Staaten von Amerika



PLATTFORM FÜR PERSONALISIERTE ERNÄHRUNG

Das Start-up Free From Market hat die gleichnamige Online-Plattform gestartet, die es chronisch Kranken ermöglicht, ihre Gesundheit mit der richtigen Ernährung in den Griff zu bekommen, indem sie ihnen eine Auswahl an erschwinglichen und gesunden Lebensmitteln präsentiert und personalisierte Unterstützung zur Verfügung stellt. Auf der Plattform bietet das Start-up neben einem Onlineshop mit über 1.500 gesunden Produkten, die direkt an die Nutzer:innen geliefert werden können, auch einen Einzelcoaching-Service und andere Online-Lehrmittel an, mit denen Nutzer:innen einfacher eine gesündere Lebensweise erlernen und umsetzen können.

SOURCE: <https://freefrommarket.com>

INITIATOR: Free From Marketplace Inc., Vereinigte Staaten von Amerika





AR-WANDBILDER WECKEN DIE REISELUST

Die Reiseempfehlungsplattform Tripadvisor hat mit der Tourismusbehörde San Diegos kooperiert und interaktive Wandbilder nach New York, Chicago und Los Angeles gebracht. Die bunten und aufmunternden Wandbilder stammen von den in San Diego beheimateten Künstlerinnen Channin Fulton, Hanna Gundrum und Phoebe Cornog. Sie interpretieren die Eigenheiten und diverse Kultur San Diegos und laden mit QR-Codes zu Interaktion ein. Passant:innen, die sich auf die Street Art einlassen, kommen so in den Genuss von AR-Erlebnissen und Filtern, die von dem jeweiligen Wandgemälde inspiriert sind, und die zudem Lust auf die kalifornische Sonne machen.



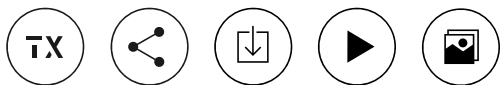
SOURCE: <https://www.prnewswire.com>

INITIATOR: TripAdvisor LLC, Vereinigte Staaten von Amerika



BIERDECKEL SPIELEN MUSIK AB

Die US-amerikanische Biermarke Budweiser hat in Brasilien die Kampagne "Die Bühne gehört Euch" lanciert, um aufstrebende Künstler:innen der lokalen Musikszene ins Rampenlicht zu stellen. Angesichts eines wiedererwachenden Interesses an Vinyl und Plattenspielern hat das Unternehmen in Zusammenarbeit mit der Agentur Wieden+Kennedy São Paulo Pappuntersetzer in Schallplatten verwandelt, die tatsächlich auf Plattenspielern abgespielt werden können. Diejenigen, die keinen solchen besitzen, können über Spotify auf die Musik zugreifen, indem sie die auf der Hülle aufgedruckten Codes scannen.



SOURCE: <https://www.adsofttheworld.com>
INITIATOR: Anheuser-Busch LLC, Brasilien



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



Innovator
des Jahres
2018 & 2019



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

DISCLAIMER COPYRIGHT 2023 Alle Rechte vorbehalten. | Die in dieser Präsentation dokumentierten Trends und Thesen sind geistiges Eigentum der TRENDONE GmbH und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen. | Die verwendeten Bilder dienen lediglich Research- und Illustrationszwecken. Sie stehen nicht zur Publikation frei.