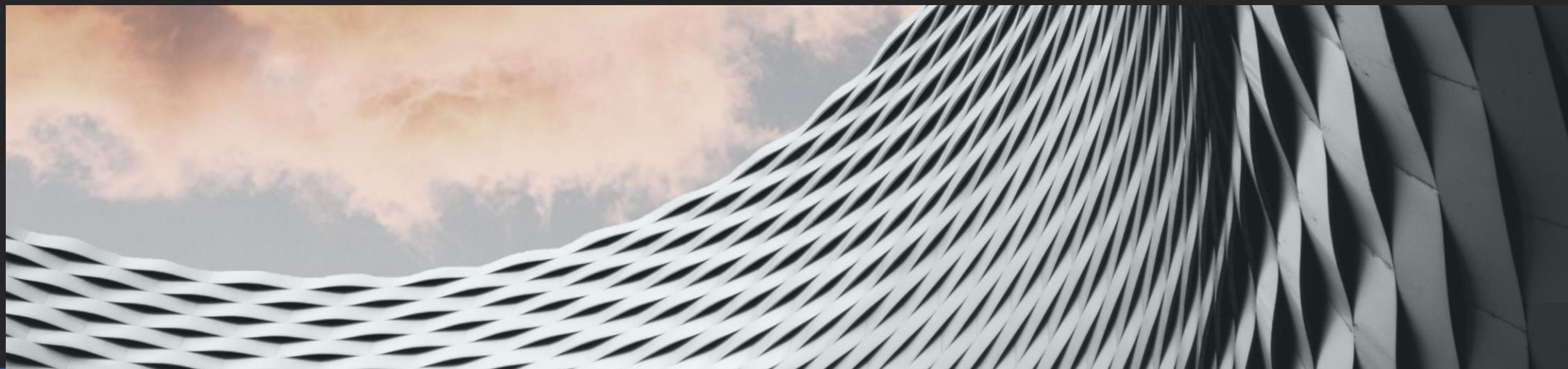


EXECUTIVE

TRENDREPORT / DMVÖ 2023

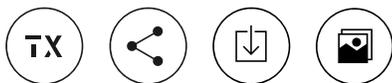
08/2023





## INTERAKTIVE AR-WERBUNGEN IN SPIELEN

Niantic hat das Werbeformat "Rewarded AR" präsentiert, das Rewarded-AR-Anzeigen in Spielen wie Pokémon GO ermöglicht. Die Spieler:innen können aktiv mit Rewarded-AR-Anzeigen interagieren, während sie sich in der realen Welt bewegen und Belohnungen im Spiel freischalten. Der Einzelhändler Circle K hat die Rewarded-AR-Anzeige getestet und Spieler:innen diese als schwebenden Heißluftballon präsentiert. Sobald Spieler:innen auf die Anzeige tippten und die Smartphone-Kamera öffneten, konnten sie mit einem 3D-Kaffebecher interagieren. Anschließend wurden sie aufgefordert, in einer Circle-K-Filiale in der Nähe einen physischen Kaffee zu kaufen.



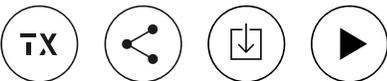
SOURCE: <https://nianticlabs.com>

INITIATOR: Niantic Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



## PRODUKTENTWICKLUNG AUF ROBLOX

Die US-Kosmetikmarke Fenty Beauty kooperiert mit Roblox, um es Nutzer:innen zu ermöglichen, in virtueller Umgebung Kosmetik zu kreieren. Spieler:innen können dazu das Fenty Beauty Lab besuchen, um einen eigenen Gloss Bomb Universal Lip Luminizer herzustellen. Dazu wählen sie die Inhaltsstoffe und den Applikator aus und denken sich einen Namen für den Farbton ihres Lip Luminizers aus. Die Roblox-Community soll über die Entwürfe abstimmen, wonach Rihanna, die Gründerin der Marke, eine Kreation auswählen und in die Produktentwicklung geben wird. Der Lip Luminizer soll danach in den Onlineshops von Fenty Beauty und bei Sephora angeboten werden.



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

INITIATOR: Fenty Beauty LLC, Vereinigte Staaten von Amerika



## SCHUHE IM VIRTUELLEN SHOP PERSONALISIEREN

Crocs hat gemeinsam mit dem 3D-E-Commerce-Unternehmen Obsess das virtuelle Shopperlebnis "The Crocs Jibbitz Experience" präsentiert, das fünf virtuelle Bereiche umfasst, die auf den Jibbitz-Charms-Kategorien der Marke wie Lebensmittel, Tiere und Buchstaben basieren. Außerdem können Kund:innen bei einem Arcade-ähnlichen Automatenpiel virtuelle Jibbitz-Charms sammeln, um einen physischen Charm zu gewinnen. Der virtuelle Shop ermöglicht es Kund:innen auch, ein Paar Crocs für Damen oder Herren mit bis zu 26 Jibbitz-Charms zu personalisieren und eine physische Version des personalisierten Produkts zu kaufen.



SOURCE: <https://obsessar.com>

INITIATOR: Crocs Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



## PERSONALISIERTE LIVE-SHOPPING-EVENTS

Die Livestream-Shopping-Plattform und der Influencer-Marktplatz buywith hat die Technologie "Next Gen Co-Browsing" entwickelt, die es Marken und dem Einzelhandel ermöglicht, Kund:innen über gehostete "One-to-Many"- oder "One-to-One"-Live-Events direkt auf der E-Commerce-Website gemeinsam einkaufen zu lassen und dabei das Browsing-Erlebnis für die einzelnen Kund:innen automatisch zu personalisieren. Kund:innen weltweit können mit Influencer:innen oder dem Host eines Live-Shopping-Events einkaufen, das direkt auf der Website des Einzelhandels stattfindet. Auf diese Weise erhalten sie wichtige Einblicke und können in Echtzeit Produkte entdecken.

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

INITIATOR: Buywith Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



## WARENKÖRBE VON PROMINENTEN LADEN ZUM EINKAUFEN EIN

Walmart hat mit dem NFL-Spieler Patrick Mahomes, Sängerin Becky G und der Marke Barbie kooperiert, um Kund:innen mit kuratierten Warenkörben zu inspirieren. In den Warenkörben finden sich unter anderem Partyzubehör, Unterhaltungselektronik und Kosmetik. Kund:innen werden auf die Mini-Shops der Prominenten geführt und können deren Lieblingsprodukte direkt einkaufen. Walmart veranstaltet zusätzlich ein Livestream-Shopping-Event, bei dem die Lieblingsartikel von Becky G präsentiert werden. Das Event soll auf der Website und der Facebook-Seite von Walmart sowie über den Facebook-Kanal von Becky G gestreamt werden.



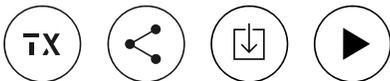
SOURCE: <https://corporate.walmart.com>

INITIATOR: Walmart Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



## KI ERZEUGT PERSONALISIERTE VIDEOEINLADUNG

Die US-amerikanische Kreuzfahrtlinie Virgin Voyages hat die Kampagne "Jen AI" gestartet. Diese ermöglicht es potenziellen Kund:innen, mithilfe von Jennifer Lopez' KI-Ebenbild ihre eigene individuelle Videoeinladung zu einer Reise auf einem Kreuzfahrtschiff zu erstellen und an Freunde zu verschicken. Dabei können Nutzer:innen ihren Namen, die gewünschten Begleiter:innen, den besonderen Anlass, den sie feiern möchten, und andere wichtige Details eingeben. Ergebnis ist eine hochpersonalisierte Video-Einladung mit Jennifer Lopez, die die gewünschten Begleiter:innen zu einer Reise an Bord eines Kreuzfahrtschiffes einlädt.



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

INITIATOR: Virgin Cruises Intermediate Ltd., Vereinigte Staaten von Amerika

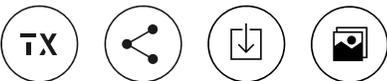


## KI INSPIRIERT ZU URLAUB MIT REALEN REISEZIELEN

Die DTC-Gepäckmarke Away hat mit dem KI-Künstler Ulises und der Erlebnisagentur Superfly die Kampagne "Extraordinary Is Out There" entwickelt, die Kund:innen daran erinnert, dass es neben der fantastischen KI-Traumwelt in der realen Welt ebenso schöne Reiseziele gibt. Kund:innen konnten zwei Tage lang im The Brig in Venice Beach Fragebögen ausfüllen, um eine KI-generierte Welt zu erschaffen. Die immersive Erfahrung zeigte auch Postkarten mit visuell spektakulären Reisezielen. Alle Teilnehmer:innen der Veranstaltung erhielten zudem eine E-Mail mit Fotos von realen Reisezielen, die sie zur Planung einer Reise animieren sollten.

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

INITIATOR: JRSK Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



Doh la la land



ber



Usual visit duration

5-7 days

Tipping

0%



## KI-GENERIERTE REISE-WEBSEITE

Der Interaktionsdesigner Vilem Ries hat die Reise-Webseite "Meoweler" lanciert, die vollständig von KI generiert wird. Durch die Kombination von GPT4 und Midjourney liefert Meoweler für jede Stadt der Welt mit mehr als 100.000 Einwohner:innen kurze Informationen und Bilder von interessanten Sehenswürdigkeiten aus Katzensicht. Das sogenannte "MeowScore"-System bewertet zudem die Städte nach relevanten Kriterien wie dem Wetter, der Sicherheit, der Verkehrssituation oder der Lärmbelastung als "Paradies", "Abenteurer" oder "Kratzbaum" für Katzen.

SOURCE: <https://meoweler.com>

INITIATOR: Vilem Ries, Schweiz

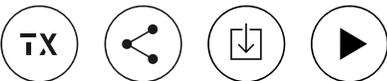


## PIZZAKETTE LIEFERT AUCH OHNE ADRESSE

Die Schnellrestaurantkette Domino's hat die Technologie "Pinpoint Delivery" vorgestellt, die die Technologie von Google Maps verwendet und es Nutzer:innen der Domino's-App ermöglicht, sich die Pizza an eine auf einer Karte gesetzte Stecknadel liefern zu lassen. Kund:innen können ihre Bestellung an unzähligen Orten wie Parks und Stränden erhalten, ihre Bestellung mit dem Domino's Tracker verfolgen, den GPS-Standort der Fahrer:innen sehen und Textbenachrichtigungen erhalten. Pinpoint Delivery baut auf der 2018 eingeführten Funktion "Hotspots" auf, die eine Pizzalieferung an 150.000 Orte ohne traditionelle Adressen ermöglichte.

SOURCE: <https://ir.dominos.com>

INITIATOR: Domino's Pizza Inc., Vereinigte Staaten von Amerika





## KI FÜR MEHR BARRIEREFREIHEIT

Der FC St. Pauli setzt künstliche Intelligenz ein, um mehr Barrierefreiheit zu schaffen. Der Fußballverein sieht die Barrierefreiheit als wichtigen Aspekt in der Kommunikation mit den Fans. Neben dem Spielbericht in "Leichter Sprache" werden künftig auch weitere Meldungen auf der Homepage in "Einfacher Sprache" verfügbar sein. Freiwillige haben bereits seit einem Jahr jeden Spielbericht in "Leichte Sprache" übersetzt, um Menschen mit geringen Deutschkenntnissen die Möglichkeit zu geben, das sportliche Geschehen zu verfolgen. Dank KI werden nun auch vor dem Spiel und nach der Pressekonferenz Texte in "Einfacher Sprache" bereitgestellt.

SOURCE: <https://www.fcstpauli.com>  
INITIATOR: FC St. Pauli, 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



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](http://WWW.TRENDONE.COM) | [WWW.TRENDMANAGER.COM](http://WWW.TRENDMANAGER.COM) | [BLOG.TRENDONE.COM](http://BLOG.TRENDONE.COM) | [WWW.FACEBOOK.COM/TRENDONE](http://WWW.FACEBOOK.COM/TRENDONE) | [WWW.TWITTER.COM/TRENDONE](http://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.