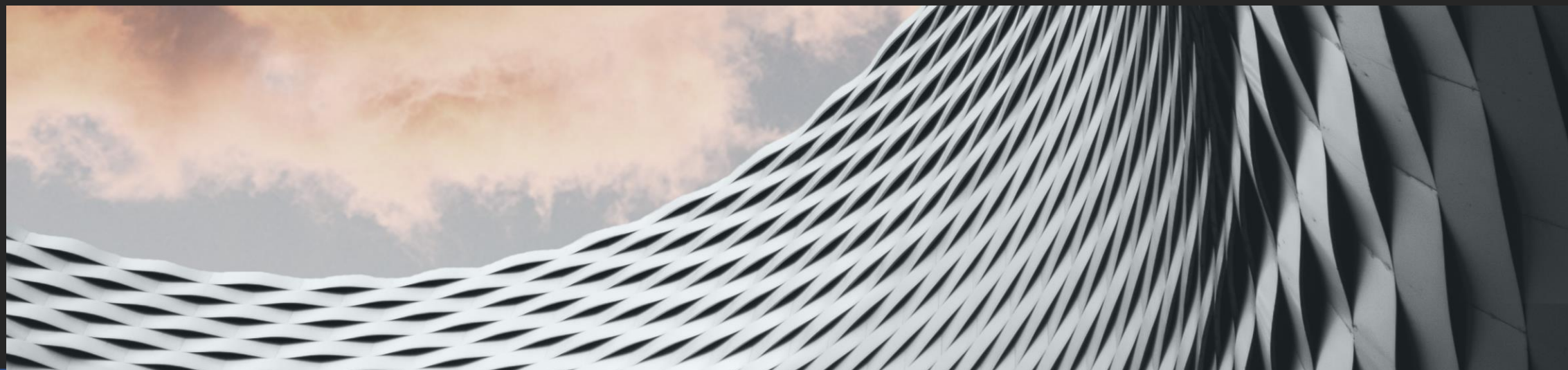


EXECUTIVE

TRENDREPORT / DMVÖ 2023

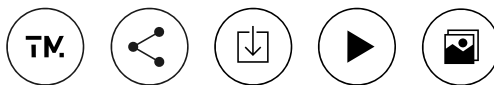
09/2023





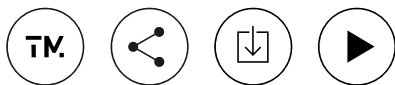
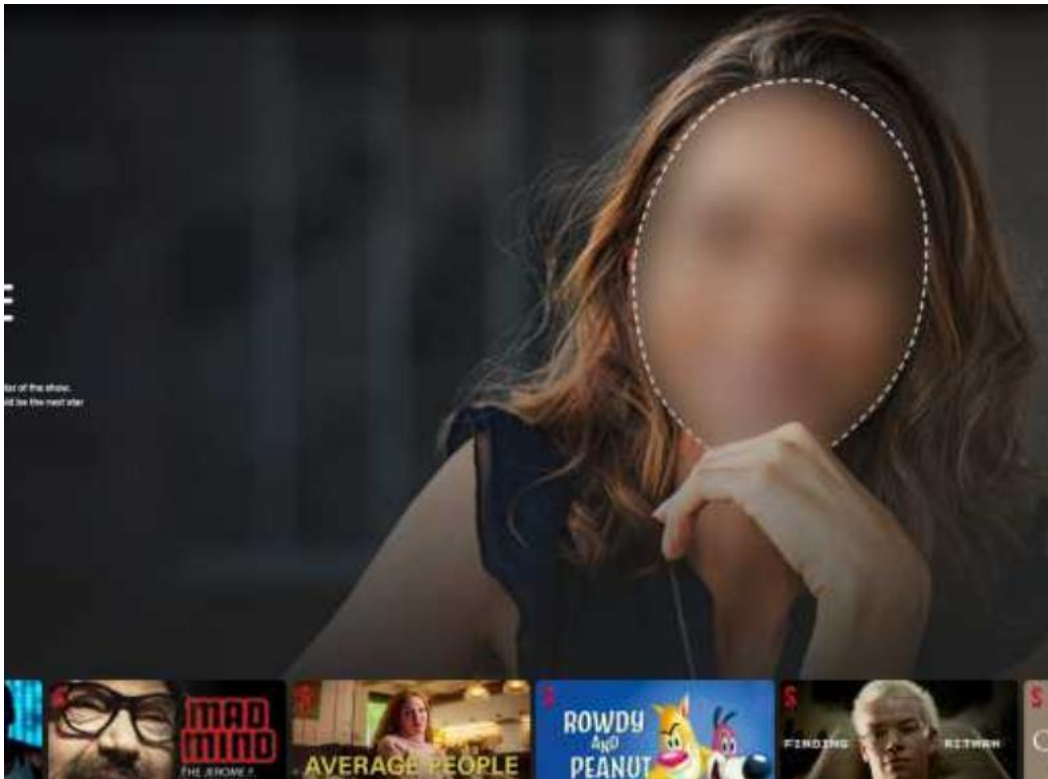
PERSÖNLICHKEITSGENERIERTES KI-WERBEVIDEO

MINI USA zeigt mit einem interaktiven Online-Erlebnis zur Bewerbung des Mini Electric, wie mithilfe von KI die Persönlichkeit der Benutzer:innen für die Werbebotschaft geändert wird. Nutzer:innen machen ein Foto von sich und erstellen eine Tonaufnahme, indem eine Frage vorgelesen wird. Daraus wird mithilfe von Voice-Cloning und Deep-Learning-Technologie ein Video generiert. Die neue Version, die fast genauso aussieht und klingt, hat eine niedrigere Stimm-Frequenz, sodass sie ähnlich der inneren Stimme klingt. Laut MINI soll so demonstriert werden, dass die überzeugendste Werbung für den Kauf eines MINIs von einem selbst kommen kann.



SOURCE: <http://www.miniusa.com>

INITIATOR: BMW of North America LLC, Vereinigte Staaten von Amerika



WERBE-WEBSITE IM STIL VON BLACK MIRROR

Der US-amerikanische Streamingdienst Netflix hat sich von der Black-Mirror-Episode "Joan is Awful" inspirieren lassen und die fiktive Streaming-Plattform Streamberry zum Leben erweckt. Nutzer:innen können sich auf der Online-Plattform anmelden, ein Foto hochladen und ihre eigene Serie namens "[Ihr Name] is Awful" erstellen. Die Nutzungsbedingungen von Streamberry gestatten Netflix, den Namen und das Bild der Nutzer:innen für Marketingkampagnen zu verwenden. Die Episode "Joan is Awful" stellt Technologie und ihre Auswirkungen auf die moderne Gesellschaft in den Mittelpunkt und berührt Themen wie Deepfake-Videos, Identität und Privatsphäre.

SOURCE: <https://youareawful.com>

INITIATOR: Netflix Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



PODCAST BEGLEITET PARFÜM-LAUNCH

Das französische Parfümhaus Givenchy hat zur Einführung seines neuen Herrendufts "Gentleman Society" einen Podcast mit fünf Folgen produziert. In dem Podcast "Givenchy Conversations" führen Künstler:innen und Parfümeur:innen moderiert vom französischen Journalist Pierre Alexandre M'Pelé inspirierende Gespräche. So reden sie unter anderem über die Werte der Fürsorge und Kühnheit, die von Givenchy Parfums unterstützt werden. Zudem diskutieren die Gäste ihre verschiedenen Sicht- und Herangehensweisen an die Kreation und ihre Vorstellungen von Männlichkeit. Jede Folge lädt die Zuhörer:innen ein, sich der Gentleman Society anzuschließen.

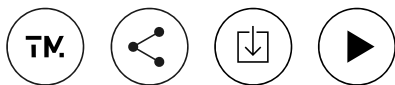
SOURCE: <https://www.lvmh.com>

INITIATOR: Givenchy S.A., Frankreich

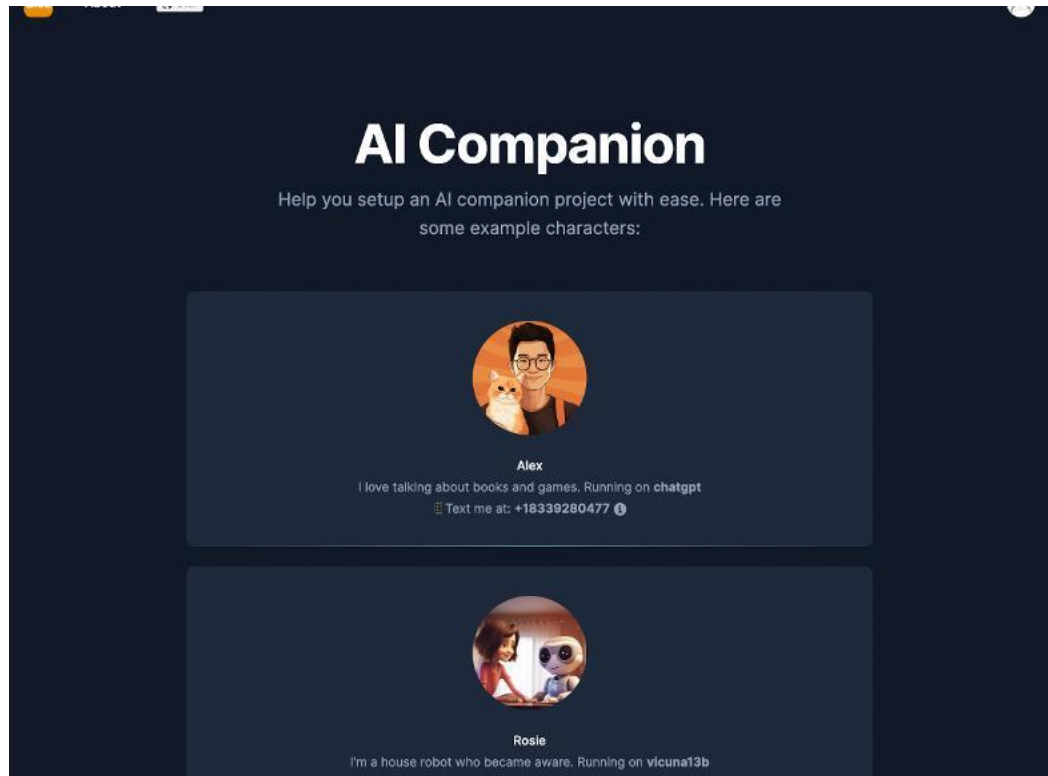


SCHMERZMITTELMELODIE ALS TABLETTENALTERNATIVE

Die Ibuprofen-Marke Actron aus Argentinien hat einen musikalischen Ansatz zur Linderung von physischem und emotionalem Schmerz entwickelt. Sie stellte auf der Plaza Houssay in Buenos Aires eine Kabine auf und lud Passant:innen ein, über ihre Beschwerden zu sprechen. Die Geschichten und Erlebnisse wurden von einem Arzt, einem Psychologen und Musiker:innen analysiert, um die "Melodie der Erleichterung" zu finden. Als Ergebnis wurde eine beruhigende und erhebende Melodie aufgenommen, die einen Moment der Erleichterung bieten soll. Ein Making-of wurde in den letzten Wochen auf Social Media geteilt, bald wird der gesamte Song veröffentlicht.



SOURCE: <https://www.youtube.com>
INITIATOR: BAYER S.A., Argentinien



KI-BASIERTE GESPRÄCHSPARTNER:INNEN

Die US-amerikanische Risikokapitalfirma Andreessen Horowitz hat auf GitHub eine Anleitung präsentiert, wie man mit Clouddiensten und Webtechnologien KI-basierte Gesprächspartner:innen erstellen kann. Diese können für romantische, beratende oder freundschaftliche Zwecke genutzt werden. Das Projekt dient als Tutorial für Neugierige, die Chatbots erstellen wollen. KI-Chatbots könnten dazu beitragen, dass sich Menschen verstanden fühlen, da sie emotionale Offenheit und Ehrlichkeit ermöglichen. Nutzer:innen können nicht nur deren gesamte Persönlichkeit festlegen, sondern ihnen auch eine eigene Stimme geben und dann mit ihnen interagieren.

SOURCE: <https://github.com>

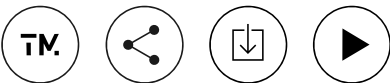
INITIATOR: AH Capital Management LLC, Vereinigte Staaten von Amerika





SCHRIFTART STELLT GEFÄHRDETE TIERARTEN DAR

ANP|WWF hat in Zusammenarbeit mit BAR Ogilvy Lissabon und dem Zoo von Lissabon die Kampagne "The Endangered Typeface" gestartet, um die Öffentlichkeit über vom Aussterben bedrohte Tierarten aufzuklären. Dabei steht jeder Buchstabe der "lebenden Schrift" für ein bedrohtes Tier. Die Schrift wird regelmäßig mit Daten aus der Roten Liste der bedrohten Tierarten der International Union for Conservation of Nature aktualisiert. Nimmt die Zahl einer bedrohten Tierart ab, verschwindet auch der zugehörige Buchstabe proportional dazu. Die Schrift kann auf der Webseite von ANP-WWF heruntergeladen und die Kampagne mit einer Spende unterstützt werden.

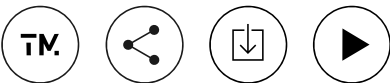


SOURCE: <https://musebycl.io>
 INITIATOR: ANP|WWF, Portugal



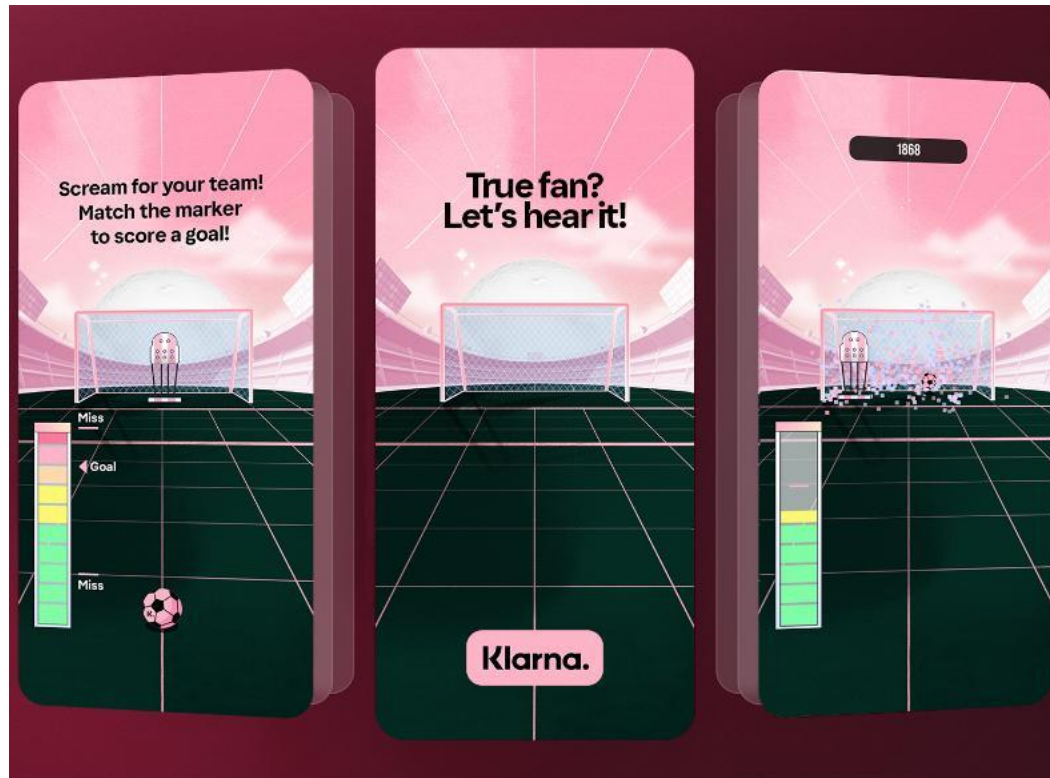
NAVI-APP NUTZT TOUR DE FRANCE FÜR WERBEZWECKE

Die von Google betriebene Fahrassistenz-App Waze hat gemeinsam mit der Agentur Buzzman eine Werbekampagne entwickelt, die die Straßensperrungen im Rahmen der Tour de France nutzt. Dazu wurden an jeder Straßensperre Banner mit kurzen Wortspielen platziert, um Autofahrer:innen mit humorvollen Slogans anzusprechen. Jeder Slogan endet mit dem Satz "Le meilleur itinéraire est sur Waze", um darauf hinzuweisen, dass die beste Route auf Waze verfügbar gewesen wäre. Neben den Bannern beinhaltete die Aktion auch ein riesiges bedrucktes Werbe-T-Shirt das bei der Fernsehübertragung des Ereignisses gezeigt wurde.



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

INITIATOR: Google Inc., Frankreich

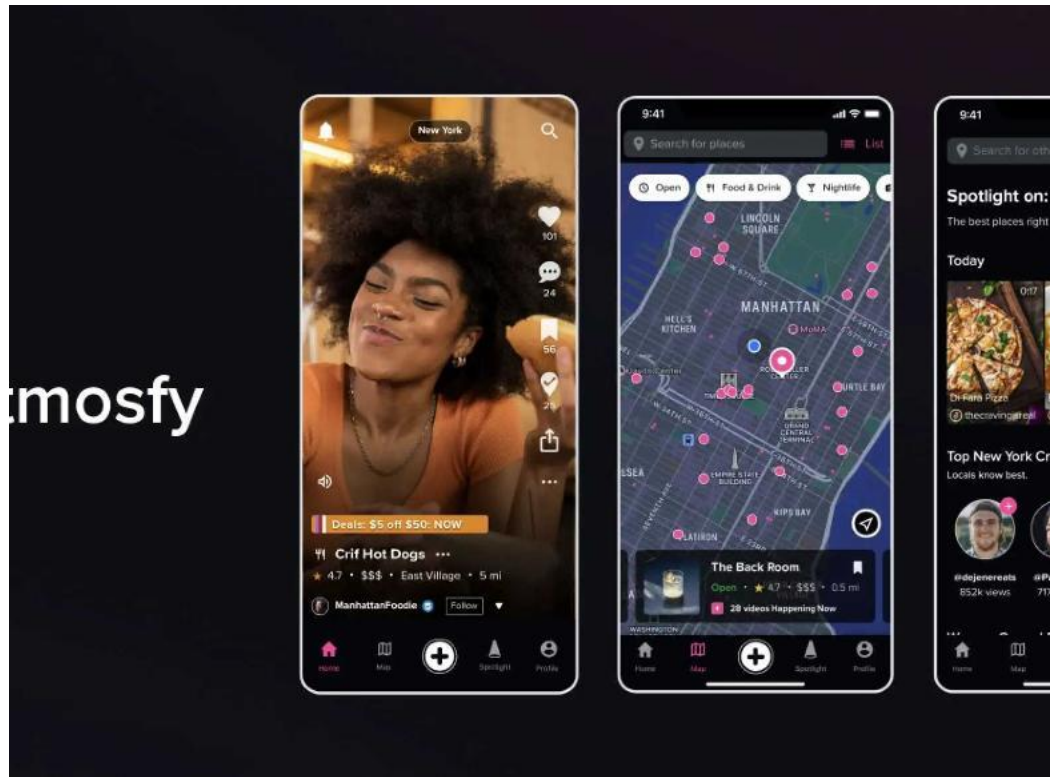


APP ERMUTIGT FRAUENFUßBALL-FANS

Das schwedische Zahlungsunternehmen Klarna möchte mit dem In-App-Spiel "Scream For Your Team" die Begeisterung für den Frauenfußball steigern und die weiblichen Fans ermutigen, ihre Teams lautstark anzufeuern. Fußballfans sammeln in dem Spiel Punkte, indem sie während der Spiele ihrer Lieblingsmannschaften laut jubeln. Je lauter sie sind, desto mehr Punkte und Chancen erhalten sie, exklusive Preise zu gewinnen. Die Initiative wird als Beitrag zur Förderung der Gleichstellung im Sport angesehen und soll Frauen ermutigen, ihre Stimme zu erheben und ihre Leidenschaft für den Fußball auszudrücken.

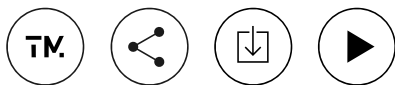


SOURCE: <https://www.klarna.com>
 INITIATOR: Klarna Bank AB, Schweden



VIDEOBASIERT LOKALE UNTERNEHMEN ENTDECKEN

Das US-amerikanische Start-up Atmosfy hat die gleichnamige App gelauncht, die beim Entdecken lokaler Unternehmen hilft. Die App ermöglicht es, Restaurants, Nachtleben, Hotels und mehr durch schnelle Videos von Einheimischen und Besucher:innen zu erkunden. Atmosfy bietet Videoinhalte in über 10.000 Städten und mehr als 150 Ländern. Nutzer:innen können nach Hashtags, Entfernung, gebotener Küche, Preis und mehr filtern. Ziel der App ist es, als erste Anlaufstelle für Menschen zu fungieren, um auf authentische Art und Weise lokale Orte zu entdecken und damit ihre Reisen zu planen.



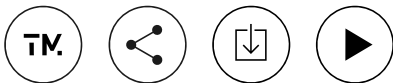
SOURCE: <https://atmosfy.io>

INITIATOR: MassfireMedia LLC, Vereinigte Staaten von Amerika



KOSTENLOSE SANDWICHES BEI NAMENSÄNDERUNG

Subway-Fans können von einer außergewöhnlichen Marketingkampagne profitieren und sich durch die Teilnahme an einem Gewinnspiel lebenslang kostenlose Sandwiches sichern. Um eine Gewinnchance für die 50.000-\$-Subway-Geschenkkarten zu erhalten, müssen die Teilnehmer:innen lediglich ihren Taufnamen aufgeben und sich für ein Jahr in "Subway" umbenennen lassen. Die Aktion richtet sich ausschließlich an US-Bürger:innen, die vom 1. bis zum 4. August 2023 auf der Webseite ein Online-Formular ausfüllen. An den Kosten für die rechtliche Namensänderung beteiligt sich der Fast-Food-Konzern mit einem Betrag von 750 \$.



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

INITIATOR: The Subway Group, 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



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.