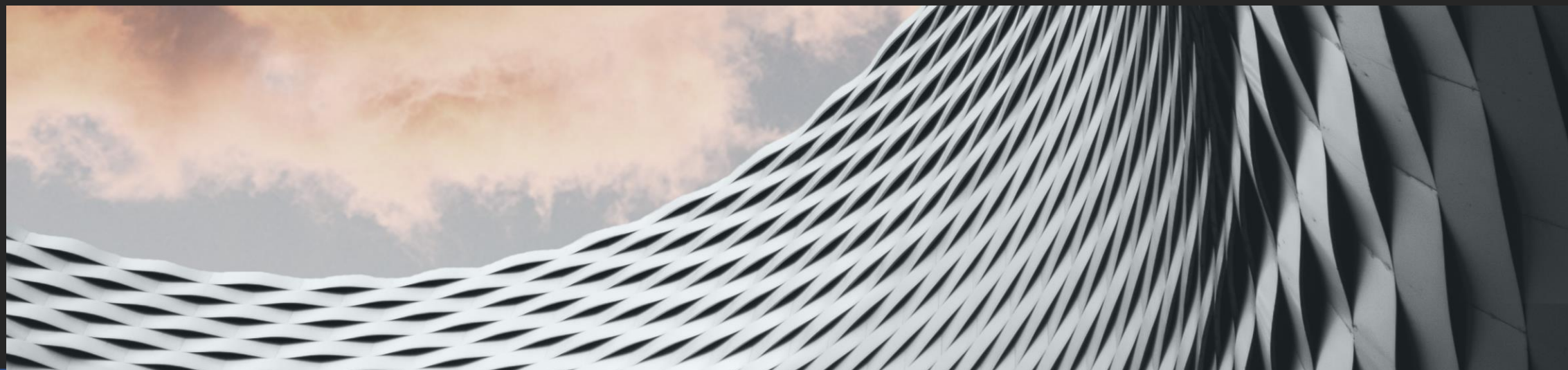


EXECUTIVE

TRENDREPORT / DMVÖ

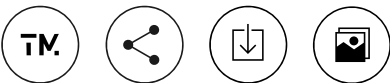
10/2023





ZIELGRUPPENANSPRACHE MIT KENNZEICHENERKENNUNG

iMedia, Spezialist für Autobahnraststätten und Außenwerbung, hat dynamische digitale Werbekampagnen für vier Automarken gestartet, die die Technologie der automatischen Kennzeichenerkennung ANPR nutzen. Die Kampagnen für Peugeot-Citroen, Volkswagen, Toyota und Lexus nutzen Echtzeitdaten, um Fahrer:innen bestimmter Automarken anzusprechen. Die Anzeigen werden auf den Bildschirmen von iMedia angezeigt, wenn die Fahrer:innen auf die Autobahnraststätten fahren. Diese ANPR-Technologie ermöglicht eine präzise Zielgruppenansprache und minimiert Streuverluste, sodass die Werbung eine sehr relevante Zielgruppe erreicht.



SOURCE: <https://digitalsignagepulse.com>

INITIATOR: iMedia Brands Inc., Vereinigtes Königreich

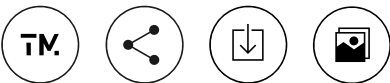


INTERAKTIVE BURGERWERBUNG

McDonald's Singapur hat mit einer spielerischen Kampagne namens "The Great Catch" seinen neuen Fischburger eingeführt. Interessierte konnten an ausgesuchten Bushaltestellen am Gewinnspiel teilnehmen indem sie mit ihrem Handy die Burger einzufangen versuchten, die auf interaktiven Werbebildschirmen vorbeizogen. Um in den Genuss eines kostenlosen Burgers zu kommen mussten Teilnehmer:innen ihren Fang auf Instagram taggen. Während der fünftägigen Aktion wurden täglich 50 Fischburger verschenkt. Die Kampagne ist Teil einer Reihe von interaktiven Werbeaktionen von McDonald's Singapur.

SOURCE: <https://www.greatdeals.com.sg>

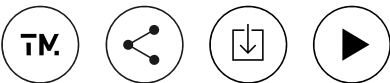
INITIATOR: McDonald's Corp., Singapur





GAMER:INNEN SPIELEN MIT MODE

Die Bekleidungsmarke Ralph Lauren hat in den USA in Zusammenarbeit mit G2 Esports eine Kollektion entworfen, die Gamer:innen die Möglichkeit gibt, ihre Leidenschaft für Videospiele mit ihrer Garderobe zu fusionieren. Inspiriert vom kompetitiven Gaming, umfasst die Kollektion T-Shirts, Polohemden, Pullover, Kapuzenpullover, Trainingshosen und Mützen, die mit dem Logo der europäischen Esports-Organisation bestickt sind. Die vorherrschenden Farben Rot und Marineblau verweisen auf die Markenidentität von Ralph Lauren. Präsentiert wurde die Kollektion in einem Video, in dem sich verschiedene Charaktere durch die Straßen von New York bewegen.



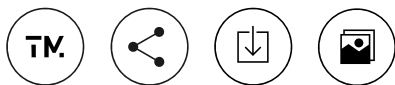
SOURCE: <https://g2esports.com>

INITIATOR: Ralph Lauren Media LLC, Vereinigte Staaten von Amerika



US OPEN MIT AR-LUXUS-ERLEBNIS

Das US-amerikanische Schmuckunternehmen Tiffany & Co. ermöglichte Besucher:innen der US Open 2023 ein AR-Erlebnis, das in Zusammenarbeit mit Snap und dem Tennisverband der Vereinigten Staaten entwickelt wurde. Während des Tennisturniers konnten Besucher:innen virtuell mit einem diamantbesetzten Tennisschläger spielen und mit ikonischen digitalen Trophäen über AR interagieren. Die Besonderheit dieses AR-Erlebnisses lag darin, dass keine zusätzlichen Controller oder Sensoren erforderlich waren. Besucher:innen konnten die virtuellen Gegenstände in den AR-Spiegel integrieren und sogar Fotos machen, als ob sie die Objekte in der Hand hielten.



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

INITIATOR: Tiffany & Co., Vereinigte Staaten von Amerika



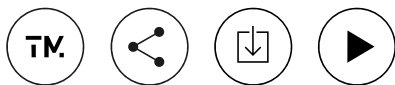
WEB3-COMMUNITY ENTWICKELT SPIRITUOSENMARKE

Der Brauereikonzern BrewDog kooperiert mit dem Web3-Start-up Degen Distillery, um eine neue Spirituosenmarke zu launchen. Laut den Initiator:innen besteht das "radikale soziale Experiment" darin, dass Mitglieder der Community beim Branding, Flaschendesign, Produktrezept sowie bei Herstellung und Vertrieb der Wodkamarke "721" mitwirken. Sie erhalten dabei Lizenzgebühren für ihre jeweiligen Marken- und Produktkreationen, die über eine Blockchain vergeben werden. Darüber hinaus soll die Co-Creation um ein "soziales Vertriebsmodell" ergänzt werden, bei dem ein Web3-Stack verwendet wird, um die Community-Mitglieder an den Einnahmen zu beteiligen.



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

INITIATOR: BrewDog PLC, Vereinigtes Königreich

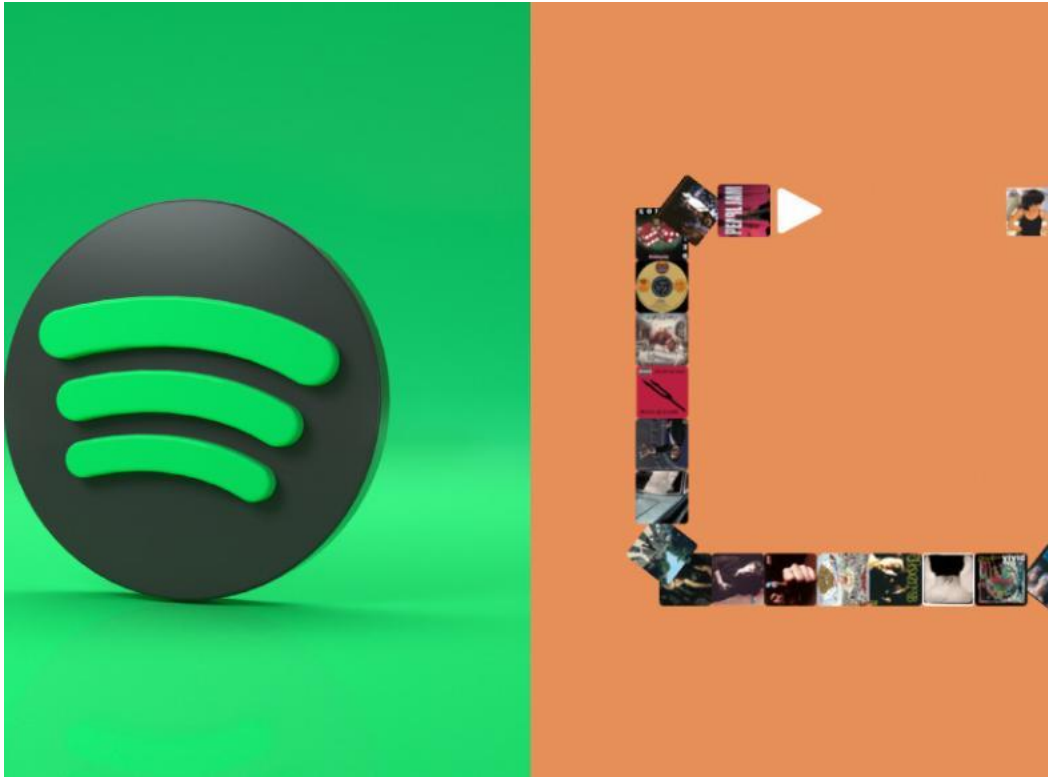


KI ENTWICKELT ZUCKERFREIEN SOFTDRINK

Coca-Cola hat die limitierte Geschmacksrichtung der Creations-Reihe "Coke Y3000 Zero Sugar" präsentiert, die mithilfe von künstlicher Intelligenz Kund:innen zeigt, wie eine Coca-Cola in Zukunft schmecken könnte. Für die Entwicklung wurden Zukunftsvisionen der Kund:innen mit künstlicher Intelligenz kombiniert. Zudem hat Coca-Cola eine KI-basierte Plattform eingeführt, die Besucher:innen dazu einlädt, die Zukunft zu erkunden und ihnen einen Ausblick auf das Jahr 3000 gibt. Kund:innen gelangen durch Scannen des QR-Codes auf der Dose zum Coca-Cola-Creations-Hub, wo sich ihnen durch die 3000-KI-Linse ein Blick in die Zukunft eröffnet.

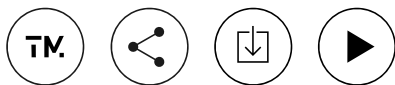
SOURCE: <https://www.coca-colacompany.com>

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



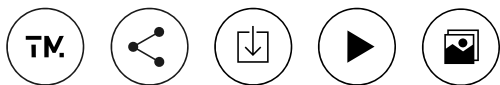
LIEDER ENTDECKEN MIT RETRO-SNAKE-SPIEL

Der Musik-Streaming-Dienst Spotify hat ein 90er-Jahre-"Snake"-Spiel im Test, das beim Musikhören gespielt wird. Dazu wird eine beliebige Playlist geöffnet und über die drei Punkte die Option "Eat this Playlist" ausgewählt. Die Ansicht verwandelt sich in ein Spielfeld, und ein zufälliger Song der Playlist wird abgespielt, dessen Cover als kleines Symbol erscheint. Die Schlange kann durch Wischen immer wieder zum nächsten Cover gesteuert werden, wodurch das nächste Lied gestartet wird. So können nebenbei neue Lieder entdeckt und als Favoriten markiert werden. Die Funktion ist derzeit nur für iOS und in bestimmten Märkten verfügbar.



SOURCE: <https://community.spotify.com>

INITIATOR: Spotify AB, Schweden

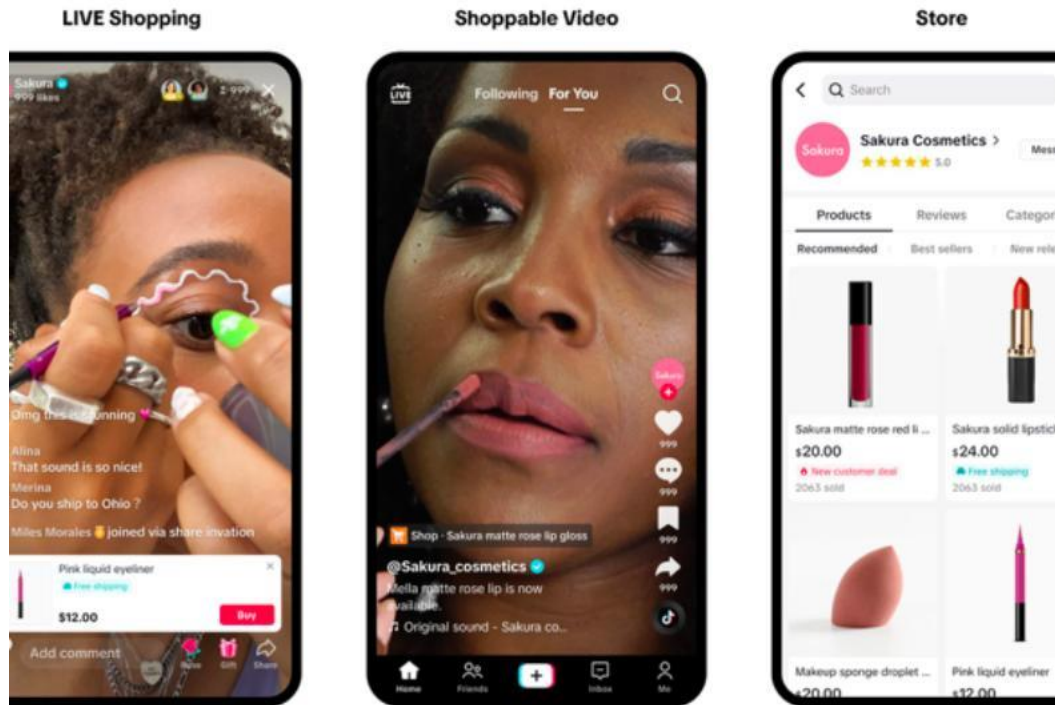


KI-GENERIERTER POPSTAR

Die virtuelle Influencerin Noonoori, die für ihre große Instagram-Fangemeinde und ihre hochkarätigen Kooperationen mit Modemarken bekannt ist, hat als erster rein digitaler Popstar Geschichte geschrieben. Noonoori wurde von dem Grafikdesigner Jörg Zuber geschaffen und hat kürzlich einen Plattenvertrag mit Warner Music unterzeichnet. Sie veröffentlichte ihre Debütsingle "Dominoes" in Zusammenarbeit mit dem deutschen DJ Alle Farben. Noonooris Gesangsstimme wurde mithilfe von künstlicher Intelligenz erzeugt, wobei sie sich von echten menschlichen Stimmen inspirieren ließ.

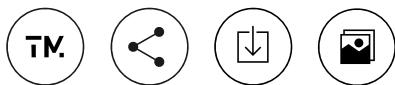
SOURCE: <https://www.designboom.com>

INITIATOR: Warner Music Group, Vereinigte Staaten von Amerika



TIKTOK-SHOP FÜR GENZ

TikTok hat in den USA den TikTok-Shop gestartet, der einkaufbare Videos und Livestreams direkt in die Für-dich-Feeds der Nutzer:innen bringt und Marken, Handel und Entwickler:innen die Möglichkeit gibt, direkt über einkaufbare Inhalte in der TikTok-App zu verkaufen. Der TikTok-Shop bietet verschiedene Funktionen, um den Einkauf zu erleichtern. Diese beinhalten In-Feed-Video- und Live-Shopping, einen Product Showcase, die Registerkarte "Shop", ein Partnerprogramm für Creator:innen, Shop-Werbung, die Logistiklösung "Fulfilled by TikTok" sowie einen sicheren Check-out.



SOURCE: <https://newsroom.tiktok.com>

INITIATOR: Bytedance Technology Ltd., Vereinigte Staaten von Amerika



APP BELOHNT HOBBYBASTLER:INNEN

Hobbycraft hat die Einführung einer App angekündigt, die Kund:innen über den Hobbycraft Club einfachen Zugang zu Tausenden von Produkt- und Projektangeboten sowie Rabatte und Treueprämien bietet. Über 20.000 Bastelwerkzeuge, Zubehörteile und Projekte sowie Beratungen werden dadurch per Knopfdruck für Kund:innen verfügbar. Jene, die sich beim Hobbycraft Club anmelden, erhalten über die App eine digitale Clubkarte, mit der sie im Geschäft und online Treuepunkte für Rabatte und Gutscheine sammeln können. Durch die Aktivierung von Push-Benachrichtigungen erhalten sie zudem frühen Zugang zu neuen Produkten, Projekten und Rabattcodes.

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

INITIATOR: Hobbycraft Trading Ltd., Vereinigtes Königreich



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.