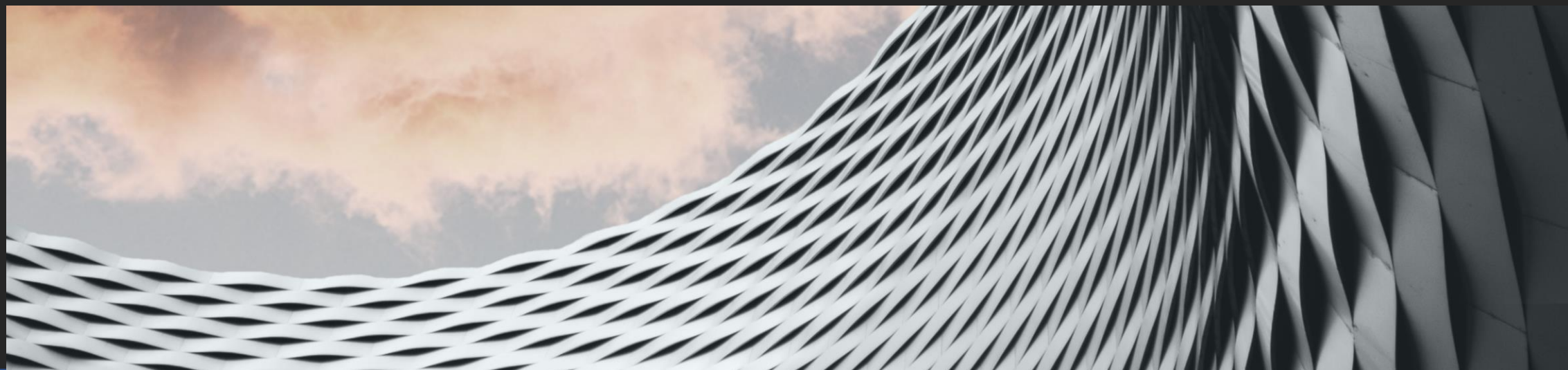


EXECUTIVE

TRENDREPORT / DMVÖ 2023

12/2023





POP-UP ALS INTERAKTIVER ADVENTSKALENDAR

The Body Shop hat in Toronto einen Pop-up-Shop namens "Advent of Change" angekündigt, der Besucher:innen täglich mit Werbegeschenken und Sonderangeboten überraschen soll. Das Pop-up soll wie ein lebensgroßer "Adventskalender" täglich um eine bestimmte Uhrzeit die aktuellen Angebote herausgeben. Dazu können Kund:innen einen großen roten Knopf an der Adventswand betätigen, um den Adventskalender zu aktivieren. Sie erhalten dann Produkte in Originalgröße und können auch den QR-Code an der Wand scannen, um ein Angebot zu erhalten, das für nur einen Tag gültig ist und in The Body Shop-Filialen im ganzen Land eingelöst werden kann.



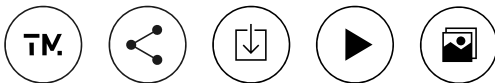
SOURCE: <https://www.newswire.ca>

INITIATOR: The Body Shop International PLC, Kanada



INTERAKTIVES UNTERWASSEREVENT ZU DOKUREIHE

MAP360 Collective zeigte auf der VidCon Baltimore auf dem PBS-Stand eine kreative Marketingstrategie. Die Besucher:innen erlebten zur Bewerbung der neuen Serie "Spy in the Ocean" eine faszinierende Unterwasserwelt und Ausschnitte aus der Serie. Durch neun animatronische Meerestiere lernten die Besucher:innen, wie die als Meereswesen getarnten Spionagekameras der Serie Verhalten in der Wildnis aufzeichneten, unter anderem von einem Einsiedlerkrebs, einer Krake, einer Seekuh, einem Delfin und einem Hai. Per Fernbedienung konnten die Besucher:innen die Kreaturen selbst steuern und dabei mehr über die Ozeantiere und ihre Lebensräume erfahren.



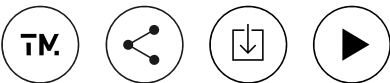
SOURCE: <https://www.linkedin.com>

INITIATOR: MAP360 Collective, Vereinigte Staaten von Amerika



INTERAKTIVE WERBEDISPLAYS FÜR LADENREGALE

Das rumänische Start-up Tokinomo hat die kostengünstige Point-of-Sale-Marketinglösung "Visibubble" präsentiert, die mobile Messaging-Funktionen in die Ladenregale bringt und so effektiv die Interaktion mit Kund:innen steigert. Das batteriebetriebene und farblich anpassbare Display zeigt Nachrichten an, die Kund:innen zum Scannen des QR-Codes mit ihrem Smartphone animieren, der sie auf eine spezielle Landingpage für die Kampagne leitet. Visibubble ist zudem mit einem Erkennungssensor ausgestattet, der die Lösung aktiviert, sobald sich Kund:innen in der Nähe befinden, sowie mit LED-Beleuchtung und Benachrichtigungstönen.



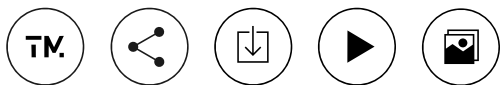
SOURCE: <https://www.tokinomo.com>

INITIATOR: Tokinomo Marketing S.r.l., Rumänien



METaverse-REISE DURCH DIE GESCHICHTE DER MODE

Begleitend zur physischen Ausstellung in London erweitert Gucci in Kooperation mit The Sandbox mit "Gucci Cosmos" seine Metaverse-Präsenz. In dieser virtuellen Welt können Besucher:innen durch verschiedene Szenarien navigieren und Schätze aus dem Gucci-Archiv erkunden, darunter viele bis dahin ungesehene. Das Abenteuer erzählt die einzigartige Geschichte der Marke und ist eingebettet in ein exklusiv für Gucci neu imaginiertes Web3 London. Das umfassende Ausstellungserlebnis erhalten Besucher:innen mit der Gucci App sowie einen Audioguide und weiterführende Inhalte.

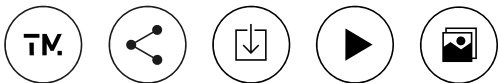


SOURCE: <https://www.gucci.com>
INITIATOR: Guccio Gucci S.p.A., Italien



INTERAKTIVITÄT DURCH RFID-ARMBÄNDER

HPs Spiele-Marke OMEN setzte auf der Anime Expo 2023 interaktive Themenräume ein. Durch den Einsatz von RFID-Armbändern konnten die Besucher:innen in verschiedenen Themenräumen personalisierte interaktive Erfahrungen erleben. Jeder Raum war thematisch gestaltet, und die Besucher:innen hatten die Möglichkeit, durch ihre Entscheidungen den Verlauf der Aktivitäten zu beeinflussen. Von einer magischen Kirschblütenlandschaft über einen übergroßen Ramen-Raum bis hin zu einem "New Tokyo corridor" mit einer Auswahl fantastischer Gegenstände boten die Themenräume eine vielseitige und unterhaltsame Erfahrung.



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

INITIATOR: HP Development Company L.P., Vereinigte Staaten von Amerika



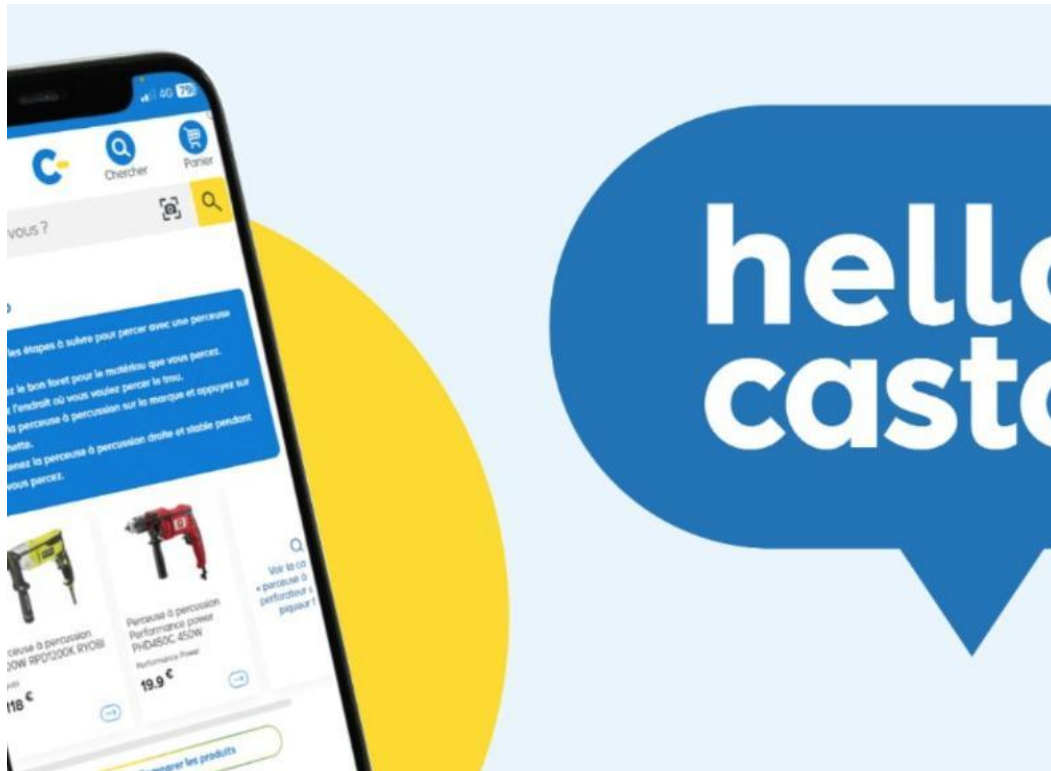
KOSMETIKMARKE STARTET ROBLOX-SPIEL FÜR GENZ

Die amerikanische Kosmetikmarke e.l.f. Cosmetics hat das Roblox-Spiel "e.l.f. UP!" gestartet, um die Kreativität und den unternehmerischen Ehrgeiz der Generation Z zu wecken und Communitys durch Positivität, Inklusivität und Zugänglichkeit zu fördern. Nutzer:innen können in dem Spiel ihr Traum-Start-up gründen und durch spielerische Erfahrungen Schlüsselkompetenzen wie Finanzwissen erlernen. e.l.f. UP! bietet Community-Erlebnisse, die von den Top-Angeboten von e.l.f. inspiriert sind, unter anderem ein Aufnahmestudio, eine Wohltätigkeitsorganisation für Unterwasser-Meereslebewesen und Tierrettung, eine Kunstgalerie und eine Kletterhalle.



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

INITIATOR: e.l.f. Beauty Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



KI-ASSISTENT UNTERSTÜTZT BEI DIY-PROJEKTEN

Die US-Baumarktkette Kingfisher bietet Onlinekund:innen einen KI-gestützten Assistenten an, der rund um die Uhr zur Verfügung steht und sie bei ihren Heimwerkerprojekten unterstützen soll. Er soll Fragen beantworten und Schritt-für-Schritt-Anleitungen für eine Reihe von DIY-Vorhaben sowie passende Produktempfehlungen geben. So können Kund:innen in einem intuitiven Austausch erfahren, wie sie etwa eine Küchenarbeitsplatte verlegen und welche Säge sie dafür verwenden sollten. Darüber hinaus soll der smarte Assistent künftig auch Fotos analysieren können, um visuelle Suchen durchzuführen und individuelle Fragen anhand von Fotos zu beantworten.



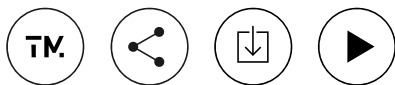
SOURCE: <https://www.kingfisher.com>

INITIATOR: Kingfisher plc, Vereinigte Staaten von Amerika



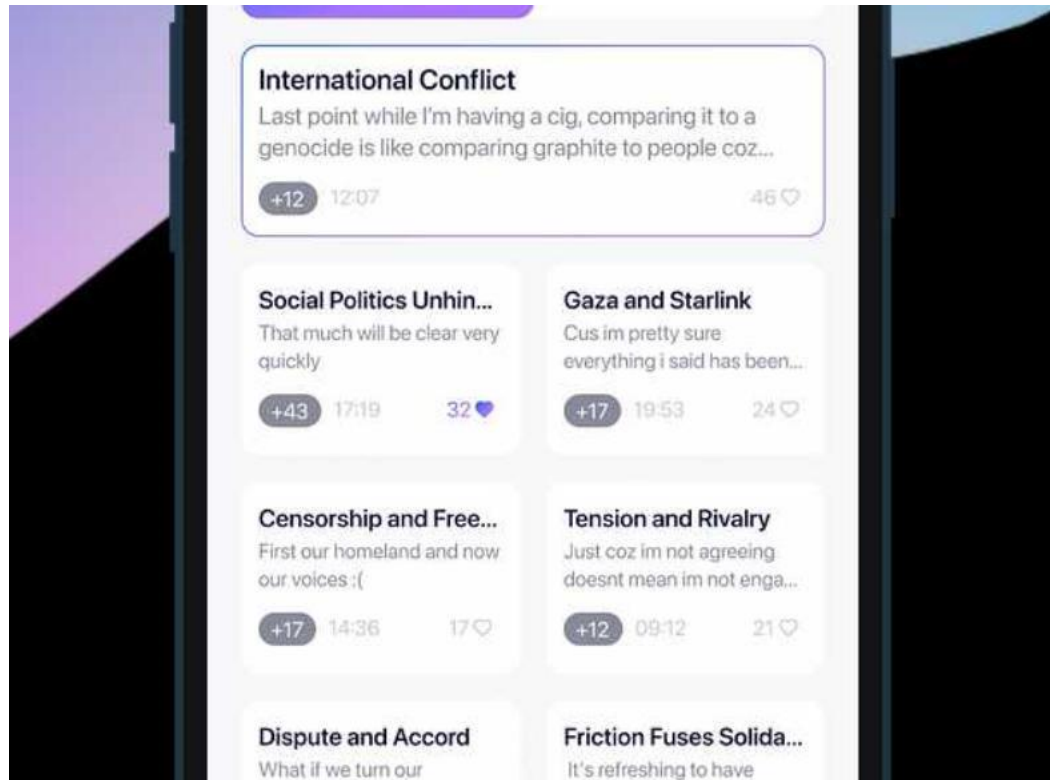
AR-GESPRÄCH MIT WEINMASKOTTCHEN

Das kalifornische Weingut Chronic Cellars hat sein Maskottchen Purple Paradise mit der Fähigkeit ausgestattet, in Augmented Reality auf Fragen von Weinliebhaber:innen zu antworten. Das AR-Erlebnis wurde von der Designagentur Rock Paper Reality entwickelt. Dazu verwendete das Unternehmen Niantics AR-Plattform 8th Wall sowie die Engine zur Erstellung von KI-Charakteren Inworld. Kund:innen können mit dem "AI Sommelier" in AR sprechen, um etwa mehr über die verschiedenen Weine zu erfahren. In einer virtuellen Umgebung erhalten sie die Möglichkeit, per Chat Fragen zu stellen und die Antworten in einem Gesprächsprotokoll nachzuverfolgen.



SOURCE: <https://www.8thwall.com>

INITIATOR: Chronic Cellars Winery Inc., Vereinigte Staaten von Amerika



CHAT-PLATTFORM ZUM OFFENEN AUSTAUSCH

Das US-amerikanische Start-up Nosy hat eine neue Social-Media-Plattform für den offenen Diskurs und kollektiven Austausch gelauncht. Die Plattform ermöglicht es Nutzer:innen, ihre Gedanken in offenen Chats anonym zu teilen und an Diskussionen teilzunehmen. Die "Dialogue Arena" von Nosy fördert tiefgründige Gespräche, bei denen die Identität der Teilnehmer:innen durch modernste Verschlüsselungstechnologien geschützt bleibt. Nosy strebt an, über die Plattform eine lebendige Gemeinschaft zu schaffen, in der verschiedene Meinungen und mutige Einsichten gefeiert werden.

SOURCE: <https://www.nosyapp.io>

INITIATOR: Nosy Ltd., Vereinigte Staaten von Amerika





APP ZUM ENTDECKEN UND BUCHEN VON RESTAURANTS

Das britische Start-up Appetite hat eine App lanciert, mit der Nutzer:innen als All-in-one-Plattform in Echtzeit personalisierte Vorschläge zu verfügbaren Plätzen erhalten, Pläne mit Freund:innen koordinieren und letztlich ein stressfreies kulinarisches Erlebnis genießen können. Nutzer:innen können über die App Gruppenchats für Restaurants erstellen, Kalender synchronisieren, über Restaurantoptionen abstimmen und Plätze reservieren. Die App verfügt über einen Feed, mit dem Nutzer:innen Restaurantlisten und Empfehlungen ihrer Freund:innen, Follower:innen und Lieblings-Creator:innen teilen und KI-generierte Empfehlungen erhalten können.



SOURCE: <https://www.appetiteapp.uk>
 INITIATOR: TOJA. TJ 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.