



*Die Macher der FMCG-Agenda (v.l.):
Rolf Buchholz (Key Values),
Konstanze Kossack, Nils Müller
(beide TrendOne)*

FMCG-Trends: Pommes von Gucci und weiße Erdbeeren

veröffentlicht am 04.10.2010 um 14:25 Uhr · [Media & Marktforschung](#) · Artikel

Die Innovationsforscher von TrendOne und Key Values haben heute die Erstausgabe von FMCG Agenda, ein neuer Report für die FMCG-Branche, vorgestellt. Der Report bietet weltweite Food- und Non-Food Trends, Insights, sowie Zukunfts-Szenarien für die gesamte Konsumgüterbranche und soll quartalsweise erscheinen. Den Band gibt es in deutscher und englischer Sprache sowie elektronisch und als Druckversion.

Neben weltweiten Produkt-, Verpackungs- und Marketing-Trends werden neue Insights, mögliche Zukunfts-Szenarien und Entwicklungen aus dem Bereich Innovation Management gezeigt. So soll der Report zum Orientierungsgeber und Wegbereiter für die Branche werden und FMCG-Manager in der Lage sein, schneller und besser in ihrem Segment neue Produkte, Services oder Marketing zu entwickeln.

So wird in der ersten Ausgabe beispielsweise unter der Rubrik "Food" eine weiße Erdbeere mit roten Punkten und Ananas-Geschmack vorgestellt, die in England verkauft wird, sowie eine kompostierbare Chipstüte aus den USA, Pommes von Gucci und ein Wasch-All-in-One Kit ohne Flüssigkeiten für Reisende.

Die Erstausgabe unter dem Titel „Watch, Think, Act“ ist kostenlos unter www.fmcg-agenda.com erhältlich.

MEHR ZUM THEMA

[Studie zur Relevanz des Internets für FMCG](#) · [mehr...](#)



Julia
Gundelach

Redakteur

[An den Redakteur](#)

Social Bookmarking

