

TRENDS

Hvad er trends?



***”Jeg interesserer mig for fremtiden,
fordi jeg har tænkt mig
at leve resten af mit liv i den”***



En ny trend opstår ikke bare ud af den blå luft

Forandringer i vores stil og livsstil har altid en årsag, ofte i meget konkret form.

Årsagerne til, at nye trends opstår, er mange, og de vil være forskellige til forskellige tider.

I mange sammenhænge er vi udmærket klar over, hvorfor en trend er opstået, fx på grund af demografiske ændringer: lavt fødselstal, højt fødselstal, høj levealder osv.

Trends, som sker på grund af demografiske forandringer, er ofte rimelig lette at analysere.

I trendanalysen er der altid ét afgørende spørgsmål, der skal besvares:

Hvorfor opstår denne nye forandring?

Når man har besvaret dette spørgsmål, er man ofte inde ved kernen af en ny trend.

Og når man først kommer ind til kernen, har man meget bedre muligheder for at vurdere, om trenden vil udvikle sig i en bestemt retning.

Nogle gange er der simple forklaringer på årsagen til nye trends, andre gange er der mange og komplicerede forklaringer.



Hvad betyder ordet "trend"?

Ordbogsdefinition af ordet:

Retning- Udvikling - Interessestrømning - Udviklingstendens over længere tidsrum -Tendenser - Livsstil - Mode

- Inspiration i både fortids-, fremtids- og kultur-forskningen
- Studere mønstre, bevægelser i samfundet
- Sammenhæng i samfundsudvikling
- Metodik og begreber fra en lang række kendte samfunds- og kulturvidenskab
- En generaliserende fremgangsmåde



Der er forskellige faktore der spiller ind:

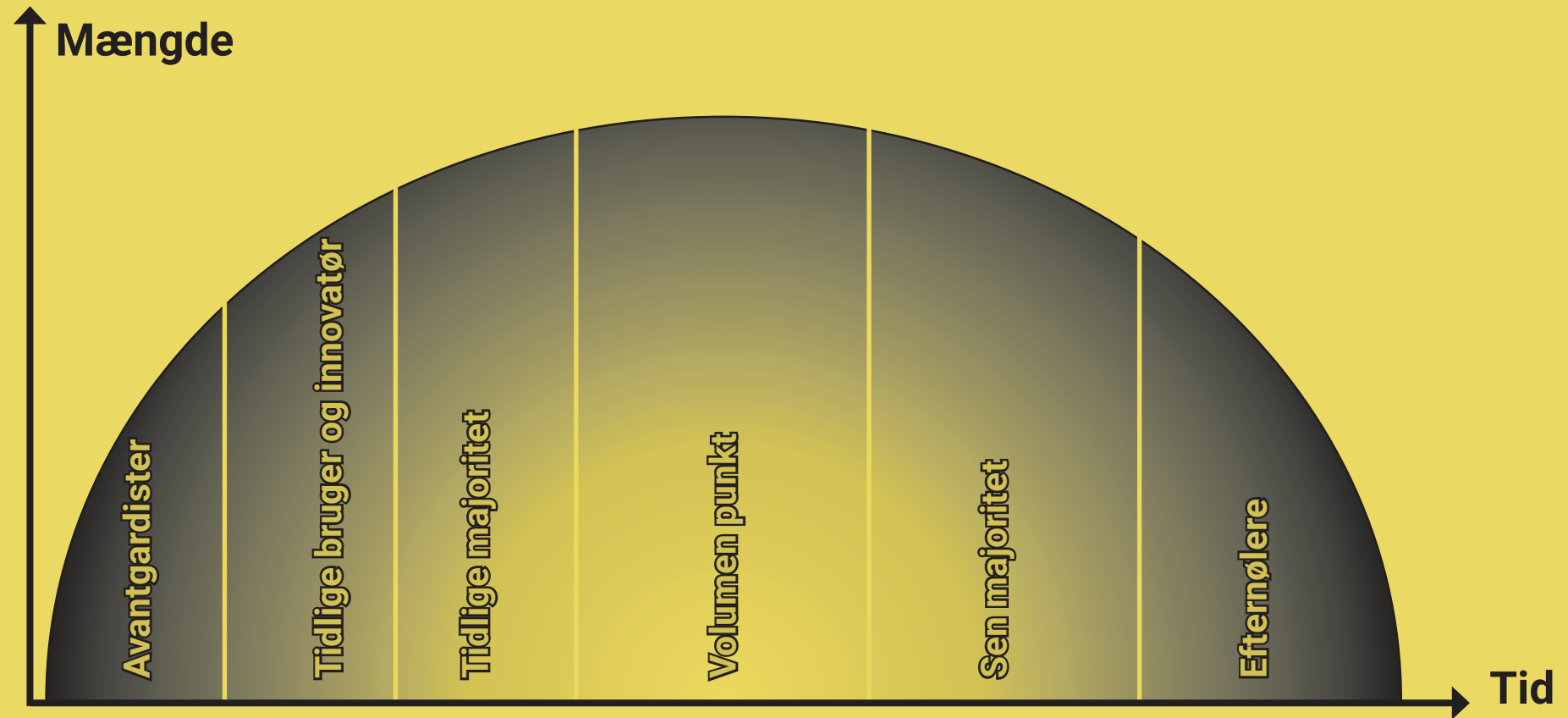
Faktorer i en trend



Faktorer der har indflydelse



Trendcyklus



Trendtyper

Der findes 6 typer af trends eller tidsbølge.
Forskellen er længden af de forskellige trends.

- **Samfundstyper**
- **Paradigmer**
- **Gigatrends**
- **Megatrends**
- **Mode-/stiltrends**
- **Modedille**



Samfundstypen og Paradigmer:

Forståelse for den situation produkter skabes i.

De to typer skal ikke anvendes praktisk, men begreber ses i et større perspektiv.

Samfundstypen *(den længste trend)*

Den længste trend og udtryk for en hovedstrømning i tiden

- En polarisering af muligheder (retningsbestemt).
- Enten skaber hel/delvis "totalkoncepter"

Paradigme

Tænkemåde eller et system af tanker og sammenhænge

- Paradigmeskift har altid givet anledning til diskussion
- Ikke fornægte forandringer og nye logikker
- Nødvendigt at have et åbent sind
- Paradigmer afspejler tydeligt den tid vi befinder os i



Gigatrends, megatrends, modedille:

Gigatrends

Store betydningsfulde tendenser i et globaliserede samfund

- Den præger et samfund i nogle årtier.
- Demografiske ændringer (*'befolkningsbeskrivelse'*)
- Det er mere globaliserede trends.
- Opstår via strømninger både internt og eksternt
- Samfundsorientering er vigtig for at opfatte de strømninger der kommer fremadrettet
- Strømninger der vil sætte sit præg i længer perioder

Megatrends

Er karakteristiske ved livsstilsepoker

- Holdninger, æstetik og meningsdannelser
- Indflydelse i en periode fra 3 til ca. 10 år.
- Velegnet begreb i tilpasning og udvikling af produkter
- Praktisk produktudvikling og tids tilpasning

Modedille

En kort modetrend på max. 3 år

- Kuriositet i produktudvikling med forskellige farver og materialer
- Det er en svært men sjovt trend
- Fokuserer på sit segment



Funktion	Modedille (Fad)	Modetrend (Trend)
Varighed	Meget kortvarig (uger til få måneder).	Længerevarende (et par sæsoner til år).
Udbredelse	Hurtig og intens, ofte drevet af hype eller popkultur.	Udvikler sig langsommere og mere gradvist.
Kulturel dybde	Overfladisk; involverer sjældent varige kulturelle skift.	Afspejler bredere sociale, kulturelle og æstetiske ændringer.
Genkendelighed	Ofte et enkelt, iøjnefaldende element (f.eks. et specifikt mønster eller tilbehør).	Kan omfatte farver, silhuetter, stoffer eller endda en generel holdning til tøj.
Forudsigelighed	Svær at forudsige og forsvinder hurtigt.	Mere forudsigelig, da den udvikler sig over tid og kan spores på tværs af brancher

Målgruppe og livsfaser

- En virksomhed kan have en eller flere målgrupper.
- Målgrupperne prioriteres som primær og sekundær målgruppe
- Målgrupperne inddeles også i livsfaser
- Conzoom er et godt segmenterings værktøj

