

innovation
professionell
umgesetzt

Trendtours

Kontinuierliche Innovation und eine starke Profilierung sind für alle Gastronomie- und Hotelleriebetriebe überlebensnotwendig. Leistungsinnovation kann neben echten Marktneuheiten auch durch Imitation erreicht werden. Für beide Strategien ist das Beobachten von Trends bedeutend. Die Beobachtung von Märkten und ihren Trends wirkt inspirierend auf den eigenen Fortschritt und dem zu folge positiv auf das Wachstum des Unternehmens. Wann waren sie oder ihre Mitarbeiter das letzte Mal auf Trendjagd?

Hier ist die Möglichkeit!

Nicole Thurnherr führt sie durch die grossen Trendküchen der Welt. Die Tour wird individuell nach ihren Wünschen zusammengestellt und dauert 1-3 Tage.

- Möchten sie Coffeeshops und Bakeries, Asian oder Italian Fast Casual Betriebe sehen?
- Oder interessieren sie sich besonders für die rasant wachsende Konsumentengruppe LOHAS¹ und deren Lieblingsoutlets?
- Oder suchen sie und ihr Team neue Ideen im Bereich Verpackung, Visual Merchandising und Warenträger?
- Oder haben sie schon gesehen wie erfolgreich Retail und Gastronomie verbunden werden kann in den Boutique Style Food Retailer?
- Oder haben sie Lust wieder mal richtig gutes oder alternatives Design zu sehen?
- Oder möchten sie die neusten Entdeckungen in Paris und London in nur 2 Tagen sehen?

Ziele und Kontext einer Trendtour

Ziele der Trendtour werden vor Abreise genau definiert. Es werden Unterlagen und Analyseraster zu den Outlets abgegeben. Je nach Wunsch werden die Outlets ohne Voranmeldung besucht, angemeldet besucht oder Interviews mit den Geschäftsführern organisiert. Zusätzlich wird die Durchführung eines Workshop angeboten, indem gemeinsam die Informationen verarbeitet, Massnahmen, Zielsetzungen und Deadlines definiert werden. Trendtouren können auch gut in das Rahmenprogramm z.B. einer Zielsetzungsveranstaltung oder Marketingtagung eingebettet werden.

Mögliche Kontexte in der eine Trendtour stehen könnte: Ideensuche eines Projektteams, Weiterbildungsveranstaltung, Dankes Anlass für Mitarbeiter, Marktanalyse, Strategieworkshop, Kunden Anlass an dem Lösungsansätze für die Kunden gesucht/aufgezeigt werden, ungezwungenes Networking, Kundenevent für eine Produkteinführung etc.

Teilnehmer

Die Teilnehmer von Trendtouren können Mitarbeiter, Projektteams, Kunden oder Netzwerkgruppen sein. Sehen, was andere machen ist sehr inspirierend. Trendtouren führen zu einem gemeinsamen Verständnis vom Gesehenen und Erlebten und erlauben eine

¹ LOHAS: Lifestyle of Health and Sustainability, sehr schnell wachsende Konsumentengruppe

ungezwungene Interaktion zwischen den Teilnehmern. Um eine persönliche Betreuung garantieren zu können, ist die Teilnehmerzahl normalerweise auf ca. 10 Personen beschränkt. Trendtours werden aber auch für Einzelpersonen durchgeführt.

Destinationen

Zurzeit stehen London, Paris, Tokio, Tel Aviv, Shanghai und Zürich zur Auswahl. Weitere Destinationen auf Anfrage.

Kosten

Die Kosten der Trendtour variieren je nach Aufwand und Dauer (Hotel, Transport und Verpflegungskosten sind exklusive).

Realisierte Trendtouren:

- Für einen Gastronomiezulieferer: Trendige, bediente, günstige Gastronomiebetriebe mit jungem Publikum
- Für Gastronomie-Innenarchitekten und -Designer: Gutes Restaurantdesign mit Wohlfühlfaktor
- Für ein Netzwerk: Sommer-Badeanstalten mit innovativen Gastrokonzepten
- Für eine Projektgruppe: Trendige Bar- und Lounge-Konzepte
- Für ein Netzwerk: Alternative Logement-Konzepte mit innovativem F&B
- Für eine Gastronomiekette: Coole Neueröffnungen in Zürich
- Für eine Projektgruppe: Neue und sinnliche Verpackungen für Food
- Für einen Gastronomiezulieferer: Snacks und Selbstbedienungskonzepte mit Salaten & Toppings