

Presseinformation

The Coolinary Society bringt Social Food Trends nach Österreich



(Wien, 11. Jänner 2019) In maßgeschneiderten Workshops vermitteln die beiden Food Web-Pionierinnen Dani Terbu und Nina Mohimi, zu welchen Lebensmitteln und Produkten Millennials bevorzugt greifen werden und unterstützen mit Ihrem Fachwissen die Marketing- und Produktentwicklungsabteilungen heimischer Unternehmen.

The Coolinary Society ist die erste österreichische Agentur für Social Food Trends. Sie hat es sich zur Aufgabe gemacht, die für den deutschsprachigen Raum wichtigen Social Food Trends zu identifizieren und analysieren. Dabei betrachten Mohimi und Terbu mehrere Ebenen: "Wir beobachten nicht nur die Lifestyle Trends und gesellschaftlichen Veränderungen der digital affinen Konsumentinnen und Konsumenten (Millenials & iBrains), sondern auch Entwicklungen der Lebensmittelindustrie bzw. -produktion, die technischen Neuerungen der digitalen Welt und vor allem das Social Web, wie Instagram, YouTube & Pinterest."

Ergänzt werden diese Erkenntnisse durch regelmäßige Recherchereisen in kulinarische Trendsetter-Städte wie Kopenhagen, New York, Mailand oder Los Angeles, wo die beiden spannende neue Konzepte, Produkte und Pop-ups aufspüren.

„Uns geht es darum, digital vernetzte Konsumentinnen & Konsumenten für Unternehmen greifbarer zu machen. Durch unsere langjährige Leidenschaft für Food-Trends, unser Netzwerk und die kontinuierliche Analyse des Social Webs, wissen wir genau was die Käuferinnen & Käufer wollen“, so Dani Terbu und Nina Mohimi unisono.

Zielgenauer Trendmonitor

In Workshops & Vorträgen geben Mohimi & Terbu ihr Wissen an Geschäftsführer, Marketing Manager, Produktentwickler, Sortimentsplaner, Designer und Business Developer aus dem Lebensmittelbereich weiter. Sie erklären wie sie ihre Produkte attraktiv gestalten können, welche Botschaften die Zielgruppe erreichen und wie der Social Web Content aufbereitet werden sollte. Darüber hinaus unterstützt The Coolinary Society auch österreichische Tageszeitungen und Internetportale mit Content aus dem Social Food Trend-Bereich.

Ausblick für 2019

The Coolinary Society hat bereits die ersten Social Food Trends für das kommende Jahr erhoben. Darunter die neuen Stars aus der "better for me"-Reihe: Pilzelixiere in Hafer- oder Mandelmilch aufgelöst (Mushroom Latte), die für mehr Wohlbefinden und eine Alternative zu Koffein sorgen sollen. Für Koffeinliebhaber bietet Nitro Citrus Kaffee neuen Geschmack: kalter, cremiger Kaffee gemischt mit Zitrus- bzw. Orangensaft. Auch alternative, als gesünder geltende Fette wie MCT-Öl werden immer öfter in Snacks und Riegeln Verwendung finden. Essen mit Mehrwert ist eines der wesentlichen großen Trendthemen 2019 – seien es entzündungshemmende Lebensmittel mit Kurkuma oder Probiotics für die Darmgesundheit oder „Beauty Foods“ mit Collagen, die schöne Haut, Haare und Nägel versprechen. Diese Produkte werden nicht nur verstärkt ihren Weg in die Regale bzw. auf die Speisekarten finden – die Konsumation wird auch via Social Media geteilt, um Fans bzw. Follower in den neuen, gesunden Lifestyle miteinzubinden. Produkte, die im Packaging an Beauty-Produkte erinnern, haben hier besonders hohe Chancen.

Über The Coolinary Society

The Coolinary Society wurde 2012 gegründet und ist das erste österreichische Büro für relevanten Lifestyle- & Food Trends im Social Web. Mit Mag (FH) Dani Terbu und Nina Mohimi haben sich zwei Pionierinnen aus der „Business-of-Food

meets Social Media“-Beratung zusammengeschlossen: Dani Terbu hat sich dem Social Web bereits seit 2001 verschrieben und sich nicht auch zuletzt mit der Gründung des reichweitenstärksten Foodblogs, den Frühstückserinnen, einen dauerhaften Namen gemacht. Nina Mohimi hat ihren beruflichen Hintergrund im Zielgruppenmarketing und ist seit Jahren eine der ersten Anlaufstellen, wenn es um Kundenbeziehungsmanagement, Zielgruppenmarketing und Loyalitätsprogramme geht. Im Laufe der Jahre haben bereits Unternehmen wie Barilla, Tabasco, Tante Fanny, Hutchison Drei Austria, Kotányi, LinkedIn, Agrana, Dr. Hauschka, Julius Meinl Kaffee auf die Expertise von The Coolinary Society vertraut.

Weitere Infos unter <http://www.coolinarysociety.com/>

Bild (v.l.n.r.): Nina Mohimi und Dani Terbu

Fotocredit: Florence Stoiber Photography

Rückfragen richten Sie bitte an:

Mag. FH Daniela Terbu,
hello@coolinarysociety.com

Pressekontakt:
Agentur Brandenstein Communications
Tel.: +43 (1) 3194101-11
presse@brandensteincom.at