



FIRSTMOVE

FREMTIDSBUREAU
EN FILOSOFI. EN IDÈ
ET OPRØR
GREEN OCEAN
INDSIGTSSPECIALIST
BEHOVSAFSÆT

METODE

3% FIRSTMOVERS
ROGERS & EVERETT
VÆRDIDREVET
CO-CREATION
MARKEDSUDBREDELSE
ACCEPT, PARATHED, TIMING

YDELSER

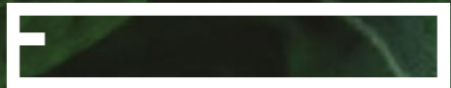
VALID FREMTIDSINDSIGT
INNOVATION
MARKEDSSTRATEGI
PRODUKTDESIGN
PANELTEST
WORKSHOPS & FOREDRAG

VÆRDI

FREMTIDSSIKRING
AKTUALITET
FORSPRING
TIME TO MARKET
KONKURRENCEFORDEL
VÆRDIMATCH

3%

FÅ GÅR FØRST - FIRSTMOVERNE
FIRSTMOVES SPECIALISTTILGANG
VI STUDERER OG FORKLARER DERES ADFÆRD
GENNEM VÆRDIER
RESULTAT ER UNIK INDSIGT
AFSÆT FOR UDVIKLING OG NYTÆNKNING
TIL DET KOMMERCIELLE MAINSTREAM MARKED



Firstmove

TIDEN

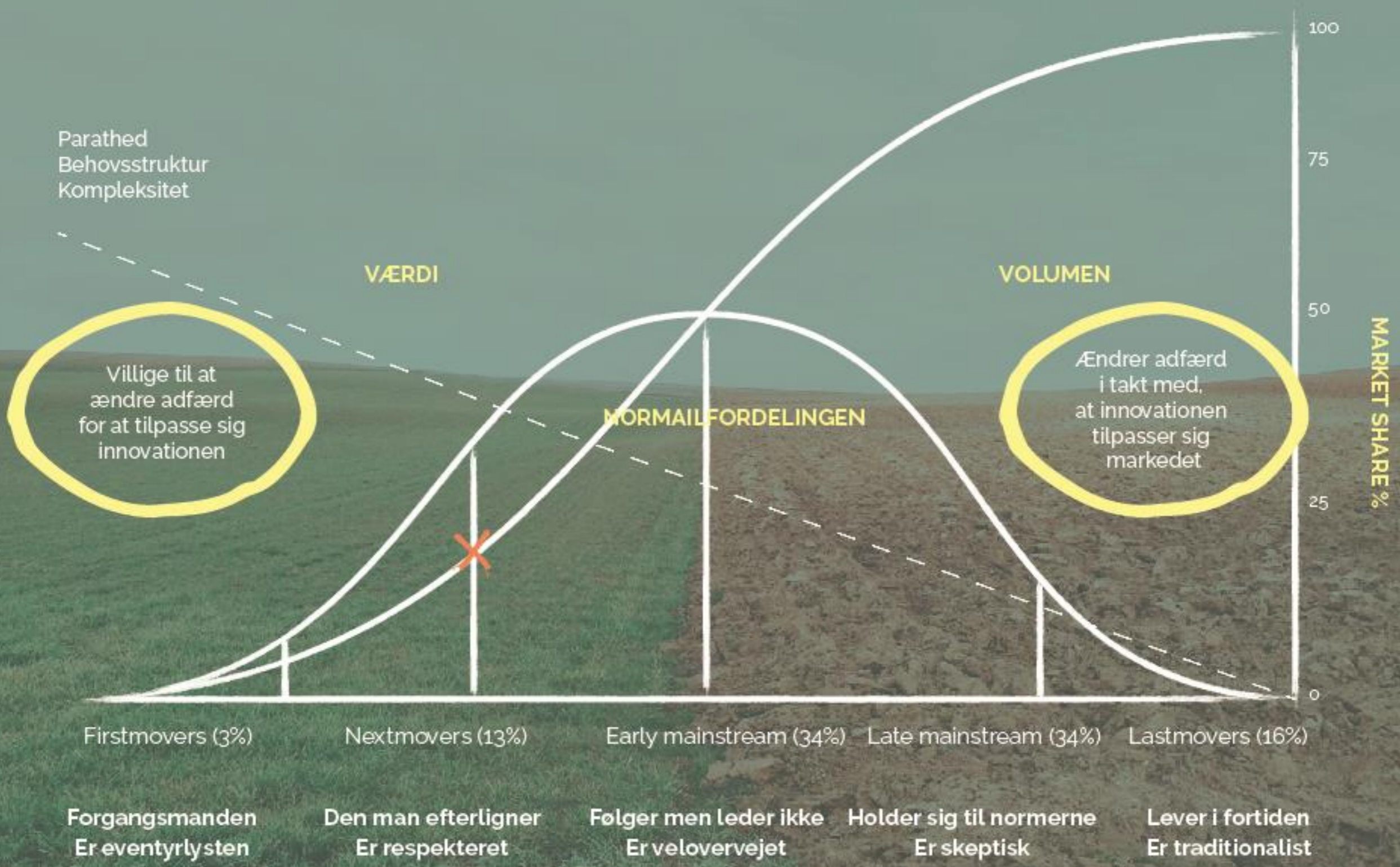
FÅ GÅR FØRST – FIRSTMOVERS 3%
NOGLE FØLGER – NEXTMOVERS 13%
MANGE GÅR EFTER – EARLY MAINSTREAM 34%
OG ENDNU FLERE – LATE MAINSTREAM 34%
NOGLE STÅR SIDST I BUSSEN – LAST MOVERS 16%



TILGANGEN

FIRSTMOVE ANGRIBER MARKEDET
UD FRA EN 5-DELT GRUPPERING. TIDSMÆSSIGT

→ FORSTÅELSE AF:
HVOR, HVORDAN OG HVORFOR TING OPSTÅR
HVOR UDVIKLINGEN GÅR HEN
HVORDAN FORSKELLIGE GRUPPER TRÆKKER HINANDEN
I ADFÆRD
OG DERMED SPREDNINGEN AF ET PRODUKT
I MARKEDET



Parathed
Behovsstruktur
Kompleksitet

VÆRDI

VOLUMEN

NORMAILFORDELINGEN

Villige til at ændre adfærd for at tilpasse sig innovationen

Ændrer adfærd i takt med, at innovationen tilpasser sig markedet

Firstmovers (3%)

Nextmovers (13%)

Early mainstream (34%)

Late mainstream (34%)

Lastmovers (16%)

Forgangsmanden
Er eventyrlysten

Den man efterligner
Er respekteret

Følger men leder ikke
Er velovervejet

Holder sig til normerne
Er skeptisk

Lever i fortiden
Er traditionalist

TIMINGEN

FORTID

NUTID

FREMTID

LATE MOVERS (16%)

LATE MAINSTREAM (34%)

EARLY MAINSTREAM (34%)

NEXTMOVERS (13%)

FIRSTMOVERS (3%)



AFSÆT I FIRSTMOVERNE

→ FOR AT VÆRE MARKEDSLEDER PÅ MAINSTREAM





Firstmove

INDSIGTEN

FIRSTMOVE ER VALID INDSIGT
I FREMTIDEN
4-5 ÅR VÆRDINIVEAU
2-3 ÅR BRANCHENIVEAU

OG EN VÆRDIFULD INDSIGT I MARKEDET I DAG
QUA VORES FORSKNING SIDEN 2003
→ RETTE VÆRDIFORTOLKNING
OG DERMED SUCCES I MARKEDET. NU



VÆRDIEN

VALID INDBLIK I MARKEDSUDVIKLINGEN → TIDSLOMME
UDVIKLING MED AFSÆT I FREMTIDEN → FREMTIDSSIKRING
MØDE REELLE BEHOV I MARKEDET → BEHOVSSTYRET
FORSPRING → KONKURRENCEMÆSSIG FORDEL

TIME TO MARKET → TIMINGSFORDEL

DIFFERENTIEREDE MARKEDSAPPROACH SIMULTANT → OPTIMERING FØRST
TIL MARKEDET → MARKEDSLEDER

BEDRE PRIS, HØJE MARKEDSANDELE → HØJESTE MARKEDSVÆRDI
EJERSKAB PÅ MARKEDET I EN PERIODE → IMAGE/POSITION

AFSÆTFOR VIRKSOMHEDENS INNOVATIONSKULTUR → FREMDRIFT

TEORIER

INNOVATION (EVERETT ROGERS)
EN IDÉ, DER OPFATTES SOM NY
OG SOM SKABER VÆRDI
→ NYE BEHOV – NY MARKEDSADFÆRD

DIFFUSION (GABRIEL TARDE)
HVORDAN IDÉER, VIDEN OG ADFÆRD SPREDER SIG
FRA GRUPPE TIL DEN NÆSTE
→ SPREDNINGSEFFEKTEN



YDELSER

FREMTIDSINDSIGT
VÆRDIAFSÆT / STRATEGI
INNOVATIONER
PRODUKTDESIGN
SORTIMENTSSTRATEGI
KONCEPTUALISERINGER
PANELTEST
INNOVATIONSWORKSHOPS
FOREDRAG



GRØNSKAB

11 SUNDE VÆRDIER

SUND VERDEN

SUND TRO

SUND MAD

SUND VEJ

SUND KROP

SUND ETIK

SUND MÆT

SUND MÆNGDE

SUND VÆRDI

SUND NATUR

SUND FREMTID

Solidarisk og ansvarlig adfærd
Grundlæggende, generisk værdi
Del af selvet
Omsat til handling. Af en selv
Gennem ethvert valg. Og fravalg

Ansvaret vokser
Væredygtigheden når nye højder
Der tilføjes kontinuerligt nye dimensioner
De facto at egne handlinger sætter aftryk

Men der selekteres også skarpt
Mellem de mange mærkesager og grønsager 😊
Alt er forbundet
Det store metaplan udgør omdrejningspunktet
Artens overlevelse
Et evigt klodeliv. Naturens overlevelse
Et efterliv for mig. Mit. Mine. Alle de andre. For alting
Gennem en mere og mere holistisk tilgang
Lige ret og væredygtighed for alle

SUND VERDEN

JEG PASSER PÅ VERDEN

MANGFOLDIGHED
RETFÆRDIGHED
HOLDBARHED
HOLISME

”Bæredygtig bør erstatte dygtig. Vi siger: Hvor er du dygtig blot ungen har slået en prut. Vi burde sige: Hvor er du bæredygtig, siden du har slukket lyset og ikke ladet vandet rende”

SUND TRO

JEG TROR PÅ DET GRØNNE

OVERLEVELSE
OVERBEVISNING
LEVEMÅDE
HANDLING

"Der er en forandringskraft, som får hippie- og ungdomsoprøret til at blegne. Hvor katalysatoren er den globale opvarmning. Hvor det grønne er stærkeste og lovligt våben"

Grøn er tidens trosbekendelse
En filosofi
Og en ideologi
Der dyrkes dagligt
I alle sammenhænge
Lever i pagt med det grønne
Ude som inde. 24/7/365

Udgør en naturlig måde at leve og tænke på
Andet giver ikke længere mening
Vejen til et bæredygtigt liv
Med afsæt i en solidarisk og ansvarlig adfærd
Materialiseringen af et højere mål
For den levende organisme

Ses derfor også som et naturligt oprør
Mod fortid og indspiste vaner
Kedsommelige konformiteter
Der alene har historikken som begrundelse

Også maden når nye solidariske højder
Grønskaben raser
Grøn livsstil er en madfilosofi
Udgør bærende fødevareregel
Primære fødekilde og forbrugskategori

Afsæt for indkøb og for måltid
Morgen, middag og aften. 24/7/365
En levemåde
Ny normalitet

Ses som den naturlige mad
Ikke nødvendigvis grundlagt tidligt
Men som ny, indgroet vane
Mere og mere fastgroet

Maden grønnes med galopperende fart
Kød kommer ikke på bordet længere
Hos firstmoverne

”Min lyst til at spise det grønne er større end det brune. Det handler ikke om erstatning. Men om lyst og prioritering”

SUND MAD

JEG SPISER GRØNT

**NORMALITET
NATURLIGHED
DIVERSITET
AFSÆT**



SUND VEJ

JEG SER GRØNT

UDLEVELSE
BEKENDELSE
DIVERSITET
LØSNING

”Der er webseminarer om mad.
Handler om at blive mindre
kødafhængig”

Veganer, vegetar, Frugtar
Ovo-vegetar, pescetar, pollotar og Flexitar
Mange begreber florerer
Men en kategorisering opleves unødvendig
Definerer selv de grønne spiseregler
Hver mand sin udlevelse
Selv-opfunden-tar
Væredygtigheden omsat til handling

Den grønne vane gror uanset
Bogstavelig talt
I takt med en voksende bevidsthed
Ses som eneste farbare løsning
Især i kampen mod fødevaremanglen
For det grønne kan brødføde hele verdenen
Dermed vejen til en ny verdensorden

Målet er mere og mere veganer
Og gøre carnismen til en hedengangen tid

Egen sundhed spiller en vigtig rolle
Grøn mad er en sundhedskategori i sig selv
Og gør kroppen bedst

Noget fundamentalt. Helt basalt
Vejen til et sundere liv
Og en velfungerende krop
En krop i balance
Til fysik og mentalt velvære
Effekten er reel og mærkbar

Modsat føles kød tung i kroppen
Svært at fordøje. Også mentalt
Kød belaster kroppen
Og dermed sundheden

Betragter mere og mere maden som medicinen
Vejen til et liv uden allergier, ubalance
Depressioner og psykiske sårbarheder
Grønt gavner
Især også de lægende urter

SUND KROP

JEG MÆRKER FORSKELLEN

**LETHED
BALANCE
UFILTERET
RENHED**

”Jeg elsker, hvad grønt gør ved mig. Det ligger godt i maven og sætter spekulationerne fri”

SUND ETIK

JEG TAGER KONSEKVENSEN

ETIK
MORAL
RESPEKT
VELFÆRD

"Bæredygtighed i rent faktisk at betale producenten, det varen er værd. Og sidegevinsten er, at vi får endnu bedre varer"

"Videnskabeligt er økologi ikke en skid bedre for klimaet. Når jeg ikke køber kød, er det fordi jeg ved, at vi snart løber tør for vand. Kød er en vandsluger af rang. Og jeg har ondt i maven, når jeg drikker kaffe og spiser chokolade. Fordi det er endnu større vandslugere end kød"

Påvirker også forbruget af kødet
Hvad , hvor meget, hvordan
Hvor ofte, af hvem
Og ikke mindst hvorfor (ikke) der købes

Rationalerne er mangfoldige
Handler primært om dyrevelfærd
Adskillelsen, fangenskabet, halekuperingen, bundtrawlingen
Og risiciene ifa: MRSA, antibiotika og salmonella
Miljøbelastningen ved kødproduktionen
CO2 uddelingen, brugen af vand og fældningen af skov
Desuden udfordrer mavefornemmelsen ved kødspiseriet
Ligger tungt i maven
Ligesom kødets smagsmæssige karakter mister appel
Og tilberedningen opleves mere og mere besværligt

Kødet er nu den max ugentlig
Snarere den månedlige gæst
Eller outsidersen der aldrig kom med til bords
Mængderne står også for skud
Kød og fisk sekundære, tertiære kategorier
Tilbehøret, pyntet, krydderiet, toppingen - hvis

Selv i valget af det grønne
Er der en klar rangering
Vælger primært de mættende varianter
Studerer næringsdensiteten
Mæthedseffekten i de enkelte råvarer
Men også sanserne er på vagt

Næring er ny læring
Søger konstant "nye", alternative men naturlige næringskilder
Der kan levere de gode proteiner
Erstatte kødet
Og hvor ressourcerne er givet bedre ud

Som en ny kategori
For det grønne skal finde egne veje
Former og formater
Og indtagelsesmuligheder
Kun ligne sig selv
Bøffen skal ikke bruges som skabelon

Men udbuddet halter håbløst efter
Osse her

SUND MÆT

JEG VÆLGER SPECIFIKT

MANGFOLDIGHED
RETFÆRDIGHED
HOLDBARHED
HOLISME

"Alt formes som bøf eller pålæg.
Ostebeuf eller grøntpostej. Jeg
har jo netop fravalgt kød.
Hvorfor sælge mig en slags
erstatningsvare for noget, jeg
ikke søger erstatning for"

SUND MÆNGDE

JEG BEGRÆNSER MIG

ESSENS
NØJSKAB
SUBSTANS
DESTILLERET

"Vi sælger faktisk overproduktion. Det er vanvittigt at tænke på"

"Jeg er holdt op med at spise. Nej, men jeg spiser langt mindre. Det holder mig in tune"

"Jeg køber ikke hvidkål, rødkål mv. længere. Jeg får det ikke spist og har ikke lige nogle høns, der kan klare resterne"

Et meget afmålt forbrug
Kraftigt reduceret mængder
Mindre palette
Af både mad og drikke
Levner mere til andre
Og redder kloden fra overspisning

Formindsker portionerne radikalt
Mindre tallerken. Bogstavelig talt

Samlet set et begrænset repertoire
Nøje selekteret
Ude som hjemme
Få kategorier, få bestanddele, få råvarer
Rige på næring og mæthed
Her er ingen spild. Helt naturligt

Skaber stor kamp om pladsen
Dermed en intensiveret konkurrence
Og opgør mod tanken
Om aldrig at gå sulten i seng

Grøn mad er grundlæggende billig
Ikke en driver
Men added value

Grøntsager uanset type
Er et scoop ift. fx økologisk kød
Men køber ikke grønt for pengenes skyld
Det handler ikke om at spare på maden
Men om at sætte ind på de rigtige værdier
På alle områder
Giver naturlig luft til at opgradere på de dyre varer

Og så er grønt og frugt det livsgivende valg

Grønt i sæson er win win
Billigst. Og bedst

”Grøn mad er bare fornuft.
Hele vejen igennem. Også
økonomisk. Det koster at indfri
de værdier, jeg bare ikke går
med kompromis med. Her er
grønt en gave oveni gaven”

SUND VÆRDI

JEG SER FORDELEN

**FORNUFT
VALUE FOR MONEY
NIVEAU
FAIRNESS**



Firstmove

SUND NATUR

JEG TÆNKER NATURLIGT

PAGTSKAB
URVÆSEN
KÆRLIGHED
OMFAVNELSE

"Jeg planter hvor plantes kan.
Inde som ude. Dvs. min franske
altan eller fortovet. Og så
planker jeg ofte lidt grønt"

Dyrker naturen. På alle planer. Alle vegne

Får det grønne til at gro

Bogstavelig talt

Har man ikke sit eget

Låner eller indtager man byrummet

Offentlige pladser

Fortovet. Parken. Eller murene

For et sundt grønt liv alle vegne

Indsatsen er målrettet

Dyrkningen handler om mere end selve afkastet

Og behovet for grønne afgrøder til sig selv

Spisbare afgrøder udgør tidens beplantning

Grøntsager, spiselige blomster

Krydder- og lægeurter

Udgør sin egen lille madcentral. Og medicinskab

De mange afgrøder gør nyttehaven til hofleverandør

Som sit eget grønne måltid eller som fylde og pynt

Især til de blodfattige madløsninger

Forløser den industrielle maskine

Og udløser en glæde ved at se maden gro

Firstmoverne trækker adfærden
Over tid
Men de er også meget ekstreme i deres adfærd
En adfærd, der normaliseres mere
Når den breder sig ud i markedet

Kød har også mange egenskaber
Men er haltet bagud udviklingen

Det handler om at oppe dyrevelfærden
For den er største barriere
Herefter miljø og egen sundhed

Præsentere mindre med bedre
Få gjort kød til en del af den grønne bølge
For dem, der ikke er fuldblods vegetarer eller veganere

Tænke i nye udskæringer
Nye bearbejdningsformer
Og især få kød til at passe naturligt ind
I to-go livsstilen

SUND FREMTID

JEG TROR PÅ DET

**GREEN EATING IS
THE FUTURE**

AND IT'S ALREADY HERE