



Experten beschäftigten sich mit „Emotionalem Marketing bei Kids & Teens“

Review: KINDER 2011 Kongress im Odysseum in Köln

Mönchengladbach, 05. Juli 2011

Über 100 Teilnehmer, spannende Vorträge von Top-Experten der Branche und Ralph Caspers als Moderator: Der KINDER 2011 Kongress, der am 30. Juni im Odysseum in Köln stattfand und sich mit dem Thema „Emotionales Marketing bei Kids & Teens“ befasste, erntete eine überaus positive Resonanz der zahlreichen Teilnehmer. Die von hochkarätigen Referenten vorgestellten Studien, Best Practices und Erfahrungsberichte beleuchteten die an Kinder und Jugendliche gerichtete Kommunikation aus unterschiedlichen Blickwinkeln und schafften einen erkenntnisreichen und interessanten Brückenschlag zwischen Marketing und der jungen Zielgruppe.

Wie kann Markenkommunikation bei Kindern und Jugendlichen Emotionen wecken? Welche Medien und Kommunikationsstrategien sind dazu geeignet, die junge Zielgruppe emotional zu bewegen, zu begeistern und an eine Marke zu binden? Antworten auf diese und auf viele weitere Fragen erhielten die Teilnehmer – Marketingverantwortliche, Produktmanager, Kommunikations- und Medienprofis – auf dem von Elements of Art (EoA) veranstalteten KINDER 2011 Kongress.

Das von EoA, einer der führenden Agenturen für Kinder- und Jugendkommunikation, sorgfältig zusammengestellte Kongress-Programm umfasste spannende Studien und Beispiele aus Theorie und Praxis rund um das Titelthema. In der Keynote legte Dr. Christian Alt (Deutsches Jugendinstitut) die Lebenswelt der Kinder dar und unterstrich, dass die eigene Aktivität, eine gehörige Portion Selbstwirksamkeit sowie die Familie und Gleichaltrigen-Gruppen die tragenden Säulen für das Glück der Heranwachsenden sind. Mit der emotionalen Wirkung bestimmter Webseiten-Elemente auf Kinder und Jugendliche beschäftigt sich die neue EoA-Studie, deren Ergebnisse von Erik Winterberg (EoA) und Silke Erbslöh (phaydon | research+consulting) erstmalig beim Kongress präsentiert wurden. Praxisbeispiele für die emotionale Ansprache von Kids lieferten Matthias Kappeler und Peer Eschenbach (SUPER RTL) in ihrem Vortrag „Weil's Spaß macht!“. Darin erläuterten die beiden Referenten die Voraussetzungen für erfolgreiche Crossmedia-Kampagnen im Kindermarkt zunächst allgemein und dann anhand von Cases ihrer Hausmarke TOGGO.

Auf besondere Art und Weise vermittelte der ausgebildete Jazzmusiker und Journalist Oliver Bröhl (ipathy – Agentur für Veränderung) den Teilnehmern nach der Pause, was die kindliche Erlebens- und Handlungsweise uns über das Glück lehren kann und regte damit die Zuhörer zum Nachdenken an. Daraufhin zeigte Tim Höchel (Full Moon Group) in einem weiteren Praxisbeispiel, wie die Marke LEGO es schafft, die junge Zielgruppe mit Live-Marketing-Maßnahmen zu begeistern. Dies veranschaulichte er am Ende seines

Vortrag mit einer Live-Aktion, bei der jeder Teilnehmer sich aktiv an der Erstellung eines Graffiti-Kunstwerks beteiligen konnte.

Als letzter Redner des abwechslungsreichen Tages gab Philipp Riederle (phipz media), 16-jähriger Gymnasiast und Deutschlands jüngster und erfolgreichster Podcaster, den Teilnehmern in seinem Vortrag „Ihr wollt wissen, was wir brauchen?“ direkte Einsichten in die Denkweise der Jugendlichen von heute. Dabei machte er deutlich, wie wichtig es mittlerweile für Firmen ist, mit geeigneten Strategien im Internet aktiv zu sein um an die Jugendlichen heranzutreten.

Durch den Tag führte TV-Moderator Ralph Caspers, der den Programmverlauf mit spannenden Experimenten aus dem Alltag und Denkaufgaben für die Pausen angenehm auflockerte und der den Teilnehmern zwischen den Vorträgen sogar für persönliche Gespräche zur Verfügung stand.

Erik Winterberg, Geschäftsführer von KINDER 2011-Veranstalter EoA, ist mit dem Ergebnis des Kongresses mehr als zufrieden: „Der Mix aus Referenten, die auf unterschiedliche Weise an das Thema der Kinder- und Jugendkommunikation herangehen, hat für Abwechslung und viele wichtige Erkenntnisse über das Glück und die Emotionen der jungen Zielgruppe gesorgt.“ Sicherlich werde es im nächsten Jahr einen weiteren KINDER 2012 Kongress geben, dann vielleicht in einem neuen Rahmen.

Alle Bilder und Videos zum KINDER 2011 Kongress sind in Kürze unter <http://www.kinder-2011.de> abrufbar. Die Vorträge des Tages stehen ebenfalls demnächst unter <http://www.kinder-2011.de> als Webcast und als Präsentation zur Verfügung.

Medienpartner:



Über Elements of Art:

Die Elements of Art GmbH mit Sitz in Mönchengladbach gehört zu Deutschlands führenden Internetagenturen für Kinder-, Jugend- und Familienmarketing. Seit 1998 kreiert EoA virtuelle „Kinderwelten“ – Engagement und Erfolg haben die über 50 EoA-Mitarbeiter in den letzten Jahren zu Experten auf ihrem Gebiet gemacht. Mit www.toggo.de ist sie als Lead Agentur für die seit Jahren erfolgreichste deutsche Kinder-Webseite verantwortlich. Mit über 100 weiteren Projekten für über 50 Marken kann Elements of Art auf eine ausgeprägte Kompetenz, Verantwortung und ein großes Bewusstsein für die Zielgruppe zurückgreifen. EoA setzt Marken und Produkte spannend und unterhaltsam in Szene und verleiht ihnen einen unverwechselbaren Charakter mit nachhaltiger Wirkung.

Weitere Informationen zu Elements of Art und dem Thema Kinderkommunikation erhalten Sie unter www.eoa.de.

PRESSEKONTAKT:

Stefan Warth
Elements of Art GmbH
An der Eickesmühle 23
D- 41238 Mönchengladbach
Fon: +49 (2166) 91567-610
Fax: +49 (2166) 91567-99
stefan.warth@eoa.de

Julia Lepping
Elements of Art GmbH
An der Eickesmühle 23
D-41238 Mönchengladbach
Fon: +49 (2166) 91567-613
Fax: +49 (2166) 91567-99
julia.lepping@eoa.de