



Kongress zum Thema: „Emotionales Marketing bei Kids & Teens“

## **Top-Experten und volles Programm bei KINDER 2011**

**Mönchengladbach, 17. Mai 2011**

**„Emotionales Marketing bei Kids & Teens“ lautet das Thema des KINDER 2011 Kongresses, der am Donnerstag, 30. Juni im Odysseum in Köln stattfindet. Hochkarätige Experten der Branche beleuchten die an Kinder und Jugendliche gerichtete Kommunikation aus unterschiedlichen Blickwinkeln und geben Einsichten in ihre tägliche Arbeit mit der Zielgruppe. Der Veranstalter Elements of Art (EoA) konnte für die Präsentation des ausgefeilten Programms sogar TV-Moderator Ralph Caspers gewinnen.**

### **Gefühle auslösen mit Kinder- und Jugendkommunikation**

Wie kann Markenkommunikation bei Kindern und Jugendlichen Emotionen wecken? Welche Medien und Kommunikationsstrategien sind am besten dazu geeignet, die junge Zielgruppe emotional zu bewegen, zu begeistern und an eine Marke zu binden? Mit diesen und anderen Fragen befasst sich der KINDER 2011 Kongress der führenden Agentur für Kinder- und Jugendkommunikation EoA. Die Veranstaltung richtet sich mit ihren Inhalten in erster Linie an Marketingverantwortliche, Produktmanager, Kommunikations- und Medienprofis, die sich im beruflichen Alltag mit der emotionalen Ansprache der Heranwachsenden beschäftigen.

### **Abwechslungsreiches Programm mit hochkarätigen Experten**

Das von EoA zusammengestellte Kongress-Programm beinhaltet spannende Studien und Beispiele aus Theorie und Praxis rund um das Titelthema. In der Keynote legt Dr. Christian Alt (Deutsches Jugendinstitut) die Lebenswelt der Kinder dar und wirft die Frage auf, worin das Glück der Heranwachsenden bestehen mag. Passend dazu weiß Oliver Bröhl (ipathy - Agentur für Veränderung) auf interessante Weise zu vermitteln, was uns Kinder über das Glück lehren können. Matthias Kappeler und Peer Eschenbach (SUPER RTL) erläutern die Voraussetzungen für erfolgreiche Crossmedia-Kampagnen im Kindermarkt und Tim Höchel (Full Moon Group) erklärt in seinem Vortrag, wie LEGO die junge Zielgruppe mit Live-Marketing-Maßnahmen begeistert.

Mit der emotionalen Wirkung bestimmter Webseiten-Elemente auf Kinder und Jugendliche beschäftigt sich die neue EoA-Studie, deren Ergebnisse von Erik Winterberg (EoA) und Daniel R. Schmeißer (phaydon research+consulting) erstmalig beim Kongress präsentiert werden. Zudem gibt Philipp Riederle, 16-jähriger Gymnasiast und Deutschlands jüngster und erfolgreichster Podcaster, den Teilnehmern in seinem Vortrag „Ihr wollt wissen, was wir brauchen?“ direkte Einsichten in seine Denkweise und die seiner Altersgenossen.

## Teilnehmer namhafter Unternehmen

Auf der Teilnehmerliste stehen auch in diesem Jahr wieder Vertreter namhafter Unternehmen und Institutionen wie Hasbro, Ferrero, Deutsche Post, SUPER RTL, KI.KA, WWF, Borussia Dortmund, Der Club Bertelsmann oder die Stiftung Lesen.

Unter [www.kinder-2011.de](http://www.kinder-2011.de) können sich Interessenten für den Kongress anmelden. Da die Teilnehmerzahl begrenzt ist, wird eine frühzeitige und verbindliche Anmeldung empfohlen. Das komplette Programm des KINDER 2011 Kongresses im Überblick und alle weiteren Informationen zur Veranstaltung (Preise, Anreise, Unterkunft etc.) finden sich ebenfalls unter [www.kinder-2011.de](http://www.kinder-2011.de).

Für Journalisten, die den Kongress begleiten und medial darüber berichten möchten, steht ein begrenztes Kontingent an kostenlosen Pressetickets zur Verfügung. Ab sofort gibt es die Möglichkeit, sich online im [Pressebereich der Webseite](#) für die Veranstaltung zu akkreditieren.

## Medienpartner:



## Referenten:



## Über Elements of Art:

Die Elements of Art GmbH mit Sitz in Mönchengladbach gehört zu Deutschlands führenden Internet-Agenturen für Kinder-, Jugend- und Familienmarketing. Seit 1998 kreiert EoA virtuelle „Kinderwelten“ – Engagement und Erfolg haben die EoA-Mitarbeiter in den letzten Jahren zu Experten auf ihrem Gebiet gemacht. Mit [www.toggo.de](http://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](http://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](mailto: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](mailto:julia.lepping@eoa.de)