



Experten beschäftigen sich mit innovativen Strategien für „junge Kommunikation“

Spannendes Programm beim KINDER 2012 Kongress am 20.09.

Mönchengladbach, 08. August 2012

„Internet killed the Radio Star!? Innovative Strategien für „junge Kommunikation““ lautet das Thema des KINDER 2012 Kongress, der am 20. September in der SKIHALLE Neuss/Hotel Fire & Ice stattfindet. Die Teilnehmer des von Elements of Art (EoA) veranstalteten Kongresses dürfen sich auf ein abwechslungsreiches Programm mit spannenden Vorträgen freuen. Wichtige Aspekte sowie Trends in der Kommunikation mit den jungen Mediennutzern werden u.a. im Vortrag „Digitalisierungsstrategie der BRAVOfamily im Jugendmarkt“ von Stefan Gröner (Bauer München Redaktions GmbH) oder in der Vorstellung der neuen EoA-Studie zur mobilen Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen aufgegriffen.

Internet killed the Radio Star!?

Durch Facebook, iPhone und Co. hat sich die (mediale) Lebenswelt der jungen Zielgruppe im Vergleich zu „unserer Zeit“ grundlegend gewandelt. Wie geht diese Entwicklung weiter? Mit dieser und weiteren Fragestellungen beschäftigen sich die qualifizierten Referenten und gehen ihnen mithilfe von aktuellen Studien und Beispielen aus Theorie und Praxis auf den Grund. Als Moderator konnte EoA in diesem Jahr zum zweiten Mal in Folge den TV-Moderator Ralph Caspers gewinnen, der die Teilnehmer auf seine eigene, erfrischende Art und Weise in der neuen Location durch das Programm führen wird.

Top-Experten und volles Programm

In der Keynote „1980-2010-2040... Kindheit & Jugend gestern, heute & morgen“ beleuchtet Tobias Dettling (mindline media GmbH) auf Basis solider Studienergebnisse die Kindheit und Jugend von 1980 über heute und wagt dabei einen Blick in die Zukunft. Danach dürfen die Teilnehmer auf die exklusive Präsentation der gemeinsam mit iconkids & youth durchgeführten EoA-Studie 2012 zum Thema „Mobile Internetnutzung der jungen Zielgruppe“ gespannt sein. Darin schildern Erik Winterberg (EoA) und Axel Dammler (iconkids & youth) das Verhalten von Kindern und Jugendlichen im mobilen Web sowie die Unterschiede zwischen mobiler und „normaler“ Internetnutzung über den PC.

Wie gelingt es Unternehmen, clevere Produktions- und Aufbereitungs-Strategien von Online-Inhalten bei größtmöglicher Plattform-Vielfalt (Desktop/Laptop, Tablet und Smartphones) aufzubauen und einzuhalten, ohne große Budgetberge zu verursachen? Dieser immer wichtiger werdenden Frage geht Sebastian Leppert (EoA) nach und bietet interessante Lösungsansätze.

Nähe zur jungen Zielgruppe

Die Jugendzeitschrift BRAVO gilt häufig als Vorreiter, wenn es darum geht, innovative Strategien auf dem Markt zu etablieren und nah an der Zielgruppe zu sein. Bei KINDER 2012 stellt Stefan Gröner (Bauer München Redaktions GmbH) den Teilnehmern nun die neue Digitalisierungsstrategie der BRAVOfamily im Jugendmarkt vor.

Wie sieht die Welt in 2021 aus? Welche Technologien und Kommunikationswege sind dann – insbesondere für die Zielgruppe „Kinder und Jugendliche“ – aktuell? Dieser spannenden Frage widmen sich Martin Bromber und Saskia Singhuber (TrendONE) und verwandeln die Präsentationsfläche in ein interaktives Labor der neuen Medien und Technologien.

Eine Top-Auswahl an preisgekrönten Kampagnen im Bereich Kinder- und Jugendmarketing wird den Teilnehmern im darauffolgenden Programmpunkt „Best of Use Cases aus dem Kinder- und Jugendmarkt“ vorgestellt. Anhand der überzeugenden Beispiele für erfolgreiche und kreative Kommunikation können die Teilnehmer sich inspirieren lassen und Impulse und Ideen für ihre eigene Arbeit sammeln. In einem weiteren Vortrag von Kindern und Jugendlichen mit anschließender Fragerunde erhalten die Kongress-Teilnehmer außerdem aus erster Hand einen Einblick in die Lebenswelt der jungen Zielgruppe und können sich ein Bild von deren Wünschen und Träumen sowie aktuellen Trends machen.

Teilnehmer namhafter Unternehmen bei KINDER 2012

Auf der Teilnehmerliste stehen auch in diesem Jahr wieder Vertreter namhafter Unternehmen und Institutionen wie SUPER RTL, ZDF, KI.KA, Sony Music, Disney, Playmobil, RheinEnergie, STABILO, Egmont Ehapa Verlag, VfL Wolfsburg, SOS-Kinderdorf e.V. oder CinemaxX.

Mehr Informationen und die Anmeldung zum KINDER 2012 Kongress finden Interessierte unter www.kinder-2012.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.

Partner KINDER 2012:



Über Elements of Art:

Die Elements of Art GmbH mit Sitz in Mönchengladbach gehört zu Deutschlands führenden Online-Agenturen für Kinder-, Jugend- und Familienmarketing. Seit 1998 kreiert EoA virtuelle „Kinderwelten“ und ist somit der ideale Partner für die junge Zielgruppe und ihre Eltern. Engagement und Erfolg haben die 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. Durch zahlreiche weitere Projekte, eigene Studien zur Medien- und Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen sowie den jährlichen KINDER Kongress kann Elements of Art auf eine ausgeprägte Kompetenz, Verantwortung und ein großes Bewusstsein für die junge Zielgruppe zurückgreifen.

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

PRESSEKONTAKT:

Elements of Art GmbH, www.eoa.de

Stefan Warth, Leiter Marketing & Vertrieb, Fon: +49 (2166) 91567-610, stefan.warth@eoa.de

Julia Lepping, Pressereferentin, Fon: +49 (2166) 91567-613, julia.lepping@eoa.de