

## **Erfolgsfaktor Spielen: So verankern Marken ihre Botschaften nachhaltig**

**Der Kongress „Kids.Teens & Marke“ setzt dort an, wo die Zukunft beginnt - bei den Kunden von morgen. Deutschlands größter Kongress für Kinder- und Jugend-Marketing wird am 23. und 24. März im Kölner Odysseum veranstaltet.**

Köln - Kinder und Jugendliche sind die Kunden von morgen. Während in der Kommunikation mit Kindern immer auch die Eltern eine wichtige Rolle spielen, wollen Jugendliche selbst als Individuum angesprochen werden. Wie man die junge Zielgruppe spielerisch, behutsam und direkt erreicht, damit befasst sich von 23.- 24. März der Kongress „Kids.Teens & Marke“ in Köln.

Der zweitägige Branchentreff bietet den aktuellen Entwicklungen zum Kinder- und Jugend-Marketing eine große Plattform. 45 Experten liefern Praxiswissen zu den Themen Kommunikation, Marken- und Medienverhalten sowie Ausbildung und Berufswunsch. Aktuelle Studien und Ergebnisse aus der Jugend- und Kinderforschung werden exklusiv präsentiert. Beide Zielgruppen stehen an je einem Kongresstag im Fokus. Der erste Tag befasst sich mit Kinder- und Familien-Marketing. Der zweite Kongresstag legt den Schwerpunkt auf die Generation Z.

### **Trends und neue Wege der Kommunikation**

Unboxing ist der Hit auf YouTube. Warum sich die Auspack-Videos zum weltweiten Hype entwickelten und wie Zapf diesen gezielt in seine Vermarktung integriert, darüber wird Martin Rogler von Zapf Creation sprechen. Weiter geben Experten aus den Feldern Zielgruppen Forschung und Social-Media-Beratung Input. Etwa, wie Recruiting auf Snapchat oder TikTok funktioniert.

Vertreter von Branchengrößen wie Porsche, Sony, Zapf, Migros, FC Bayern München, LIDL, dem HSV, BRAVO und der Deutschen Bahn geben Einblicke in ihre Markenstrategien. Praxisnahe Vorträge zeigen auf, wie Unternehmen ihre Botschaften an die junge Zielgruppe bringen. Und auch die Jugend kommt zu Wort.

### **Generationen im Austausch**

Mit Deutschlands jüngstem Gründer ist Michel Oeler zu Gast. Er ist ein Paradebeispiel dafür, was Generationen im Miteinander erreichen können. Der damals 14-jährige gründete mit seiner Oma Heidrun die Medienagentur Creatica. In interaktiven Workshops stehen Fragen rund um die Generation Z im Arbeitsmarkt und deren Erwartungshaltung an den Arbeitgeber im Fokus. Dabei reden junge Erwachsene mit Vertretern verschiedener Arbeitgeber Tacheles.

### **Audiotrend für Kinder**

Podcasts und Streaming haben einen Audioboom entfacht. Auch ohne Kassettendeck finden Hörspiele heute wieder den Weg ins Kinderzimmer. Welche Inhalte relevant sind, wie Medienkonzepte dafür aussehen und welche Potentiale am internationalen Markt schlummern, darüber berichten Branchenexperten in einem eigenen Forum.

Veranstalter von „Kids.Teens & Marke“ sind das ESB Marketing Netzwerk, eo ipso, Explorado Group und Terbrüggen Show-Produktion. Die Veranstaltung spricht Branchenexperten, Markenentscheider, Institutionen, Bildungsträger und Sponsoren gleichermaßen an. Detailliertes Programm unter: <https://kids-teens-marke.de/>

### **Rückfragehinweis:**

Peter Schappacher  
ESB Marketing Netzwerk  
[schappacher@esb-online.com](mailto:schappacher@esb-online.com)  
[esb-online.com](http://esb-online.com)  
Tel. +41 (0) 71223 78 82

**ESB Marketing Netzwerk AG**  
Brunneggstr. 9/Postfach 519  
9001 St. Gallen  
Schweiz  
Tel. +41 71 223 78 82  
Fax +41 71 223 78 87  
[info@esb-online.com](mailto:info@esb-online.com)  
[www.esb-online.com](http://www.esb-online.com)  
[www.esb-academy.ch](http://www.esb-academy.ch)