

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/6625/1334474/kinder-und-jugendliche-gewinnbringend-verstehen-euroforum-konferenz-kidsworld-24-februar-2009-hotel> abgerufen werden.

EUROFORUM

Quality in Business Information

Kinder und Jugendliche gewinnbringend verstehen
EUROFORUM-Konferenz "Kidsworld"
24. Februar 2009, Hotel Concorde, Berlin

EUROFORUM-Konferenz "Jugendwelten"
25. und 26. Februar 2009, Hotel Concorde, Berlin

13.01.2009 - 17:27 Uhr, EUROFORUM Deutschland SE

Düsseldorf (ots) - Mit 2,6 Milliarden Euro Taschengeld und Geldgeschenken und weiteren 3,8 Milliarden Euro auf ihren Sparkonten positionieren sich die sechs bis dreizehnjährigen als feste Größe in der Konsumwelt (KidsVerbraucheranalyse 2008). Teenager im Alter von zwölf bis neunzehn Jahren verfügen über 5,34 Milliarden Euro. Diese sehr kritische und sich ständig umorientierende Zielgruppe stellt die Unternehmen vor große Herausforderungen: Mit welcher Kommunikationsstrategie erreicht man Jugendliche, um sie als Kunden zu gewinnen? Auf der EUROFORUM-Konferenz "Kidsworld" (24. Februar 2009, Berlin) und daran anschließend auf der EUROFORUM-Konferenz "Jugendwelten" (25. und 26. Februar 2009, Berlin) werden Einblicke in die Welt der jungen Konsumenten gegeben und erfolgreiche Kommunikationskonzepte von Unternehmen wie Adidas, Disney, Burger King oder Metro vorgestellt.

Werbung setzt in Kinderschuhen an
"Gut gemachte Werbung erreicht die Kinder, indem sie so nah wie möglich an der Lebenswelt der Kids ist [...]", stellt der Vorsitzende der EUROFORUM-Konferenz "Kidsworld" Ingo Barlovic (iconkids & youth international research) fest und trifft damit die Grundlage eines guten Jugendmarketings: Den Jugendlichen zu verstehen. Er bringt außerdem die Markenbedeutung ins Spiel, die auch durch die Studie "Young Adults Revealed" von Synovate untersucht wurde und auf der Konferenz vorgestellt wird. Barlovic geht auf diese Bedeutung und die Art und Weise, wie Jugendliche die Markenkommunikation der Unternehmen wahrnehmen, ein. Zusammen mit Vertretern von Ravensburger Spieleverlag, Kandy Mobile und Disney führt er durch verschiedene Themen: Wie konstruieren Kinder ihr Wissen? Wie sehr beeinflussen Kinder Kaufentscheidungen der Eltern? Wie kommunizieren die Unternehmen erfolgreich?

Einblicke und Best-Practice-Beispiele
Auf der EUROFORUM-Konferenz "Jugendwelten" gibt Elisabeth Kleffner (Misereor) einen Einblick in die Wertevorstellungen der Jugendlichen durch die Vorstellung der "SINUS-Milieu-Studie U27".

Diese sozialwissenschaftliche Perspektive auf den Jugendlichen wird durch die Sichtweise der VIVA Moderatorin Johanna Klum ergänzt. In einer Paneldiskussion erzählt sie als "Berufsjugendliche", was bei Jugendlichen en vogue ist und welche Erwartungen sie an die Wirtschaft haben. Ebenso beschäftigt sich Bernhard Heinzlmaier (tfactory) mit der Co-Evolution von Gesellschaft und Jugendkultur und zeigt, wie stark diese Welten verschmelzen und welche Vorbilder in Zukunft eine Rolle spielen.

Den Schmelztiegel Schule stellt Olaf Stieper von der Metro AG vor. Er geht der Frage nach, wie hier die zielgruppenaffine Ansprache funktioniert, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. Weitere Best-Practice Beispiele werden von Martin Schindler (Adidas)

und Pier Luigi Gardumi (Burger King) präsentiert. Adidas erreicht die Jugend über Digital Identity in der virtuellen Welt und über E-Gaming, wohingegen Burger King auf ein Cross Marketing mit indirekter Präsenz in Jugendprojekten setzt.

Die vollständigen Programme ist abrufbar unter:

<http://www.euroforum.de/ots-jugend09>

@@infblk@@

Pressekontakt:

Marina Leushacke

Presse & Öffentlichkeitsarbeit

EUROFORUM - Ein Geschäftsbereich der Informa Deutschland SE

Prinzenallee 3

40549 Düsseldorf

Tel.: +49 211/96 86-33 89

Fax: +49 211/96 86-43 89

E-Mail: marina.leushacke@euroforum.com

Internet: www.euroforum.de

Pressemitteilung im Internet:

<http://www.euroforum.de/jugend09>

Originaltext:

EUROFORUM Deutschland SE

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/6625/euroforum-deutschland-se>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_6625.rss2