



kids & fun Consulting WISSEN

# Kinder, seid ihr alle da?

So werden  
Animationsprogramme für  
Ihre jüngsten Urlaubsgäste  
zum Erfolg

Basteln, Kasperltheater und  
Ausmalbilder sind eine gute Idee, um  
Kinder zu unterhalten.

Aber zu einer erfolgreichen und  
marketinggesteuerten Kinder-  
Animation gehört heutzutage deutlich  
mehr – nämlich moderne, kindgerechte  
Inhalte, mehr Wissen über die  
Erlebnisswelt der Kinder und mehr  
elterngerechte Ansprache.



**KIDS & FUN  
CONSULTING**  
MARKETING & INNOVATION



## Institutionalisierte Freizeit

Der Trend zur Ganztagschule hält ungebrochen an. Immer mehr Kinder wachsen in dieser Form der Sozialisierung heran. Ganztagschule heißt in vielen Fällen, dass der Tag von einer Institution durchgeplant wird. Entweder gibt es Vormittagsschule und nachmittags Hortbetreuung, oder Freizeit und Schule sind schon über den Tag hinweg verschränkt.

In beiden Fällen ist es so, dass der Tag in einem mehr oder weniger fixen Stundenplan vorstrukturiert ist und auch Freizeiteinheiten für die Kinder bereits organisiert sind. Raum für freie Freizeitgestaltung und freies Spiel gibt es nur noch wenig. Selbst in den Sommerferien – die Eltern müssen schließlich arbeiten – wird eine enorme Auswahl an Animationsprogrammen in Feriencamps angeboten: Fußball-, Canyoning-, Schwimm- und Abenteuer camps, Trommeln, Jonglieren, Feuer machen, Musicaltanz und Zirkusakrobatik sowie der neueste Hit: Programmieren lernen und Robotics. Alles ist schon vorbereitet und eingetaktet, die Eltern brauchen nur noch zu buchen.

Für das Kinder- und Familienmarketing ist das eine sehr gute Nachricht, denn sie kann von diesem Trend zur Institutionalisierung der Freizeit profitieren. Die schlechte Nachricht: Diese Entwicklung ist noch nicht so richtig angekommen. Sie hinkt den einfallsreichen Feriencampbetreibern deutlich hinterher. Das Potenzial einer guten Programmgestaltung und deren familiengerechter Vermarktung wird längst nicht voll ausgeschöpft. Aber wie gestaltet man solche modernen Animationsprogramme und wie vermarktet man sie, um Gäste ins Hotel, in die Region oder auf den Berg zu locken?

## Schritt Nr. 1 – Kinder begeistern, indem Sie alte Inhalte neu verpacken

Auch Kinder werden anspruchsvoller!

Bereits in der Schule werden ihnen tolle Animationsprogramme geboten. Das hebt natürlich ihre Ansprüche und macht diese Art von Animation zum neuen Standard. Viele Unternehmen, Hotels, Tourismuszentren und Bergregionen bieten heutzutage schon gute Animationsprogramme für die Zielgruppe der Drei- bis Achtjährigen. Sie basteln, spielen Kasperltheater und finden Spielplätze ganz toll.

Die ältere Zielgruppe zwischen acht und 14 Jahren gilt schon als schwieriger zu unterhalten und wird oft vernachlässigt. Sehr wichtig ist hier eine altersgerechte Zielgruppenansprache, denn: Diese Kinder können lesen und sind ab zehn Jahren auch schon im Internet unterwegs, um sich ihre eigenen Inhalte und Angebote zu suchen – übrigens auch auf Ihrer Webseite! Stellen Sie also sicher, dass Sie diese Kinder in Ihrem Marketingansprechen erreichen. Verwenden Sie dafür eine kindgerechte Sprache, informieren Sie sich, welche Inhalte gerade „in“ sind und stellen Sie sicher, dass diese Programme für diese Zielgruppe auf der Webseite gut und schnell zu finden sind. YouTube und Instagram sind als zusätzliche Kommunikationskanäle zu empfehlen.

Dabei ist es durchaus erlaubt, auch „alte“ Inhalte neu zu verpacken: Ein Waldspaziergang kann zum „Survival Training“ werden, mit den Bausätzen des „Pepper Mint“-Spiels von Kosmos wird ein Bastelnachmittag schnell zum „Forscherlabor“.

## Schritt Nr. 2: Eltern begeistern – mit den 4 K der Animation

Eltern fragen zunehmend edukative Inhalte für ihre Kinder auch in der Freizeit nach. Eltern vertrauen heutzutage weniger als noch vor einem Jahrzehnt den Lerneinrichtungen und Lehrern, sondern bringen sich aktiv in die Lerninhalte ihrer Kinder ein. Schleppende Bildungspolitik und Versäumnisse der Modernisierung des Lehrplans lassen Eltern fragen, ob die Schulbildung ihrer Kinder noch zukunftsorientiert sei. Viele Bildungsexperten

sprechen davon, dass unsere Schulhalte sich auf die digitale Revolution einstellen müssen. Hier gewinnt das 4K-Modell immer mehr an Bedeutung, besonders weil es in den USA schon in der Bildungspolitik breit verankert ist und der Koordinator der PISA-Studien, Andreas Schleicher, darauf immer wieder hinweist.

Das 4K-Modell beschreibt Kompetenzen, die für Lernende im 21. Jahrhundert von herausragender Bedeutung sind: Kommunikation, Kollaboration, Kreativität und kritisches Denken. Diese Kompetenzen sollen den Kindern auch im Rahmen von Animationsprogrammen im Urlaub Fähigkeiten mitgeben, die ihnen helfen, die Zukunft zu meistern. Und: Eltern wollen wissen, dass diese Kompetenzen im Animationsprogramm, das sie für ihre Kids buchen, vermittelt werden.

Spielzeuge, Apps und Webseiten für Kinder machen es uns vor: Hier wird aktiv damit gearbeitet, was das Kind hier lernen kann. Eine Studie („The kids want mobile 2016“) zeigt, dass Eltern bereit sind, für Apps mit edukativen Inhalten um ein Drittel mehr zu zahlen als für simple „Spiele-Apps“. Ravensburger-Spiele geben immer einen Hinweis auf die Lerninhalte ihrer Spiele, Lern-Plattformen sind groß im Kommen. Stellen Sie also sicher, dass Ihre Animationen bestimmte Lerninhalte vermittelt und verwenden Sie diese Argumente im Marketing.

## Serfaus macht es vor: Eduktive Kinder-Animation für die Kleinsten

Ein sehr gutes Beispiel ist das neue Animationsprogramm „Murkli Friends“ der Skischule Serfaus für Skischulanfänger (drei bis sieben Jahre). Das neue Programm orientiert sich sowohl in der sportlichen Entwicklung als auch im Animationsbereich an den neuesten Erkenntnissen, wie Kinder leicht und vor allem sicher Skifahren lernen. Die Inhalte sind ganz auf die moderne Familie und deren Bedürfnisse zugeschnitten.

Murkli, das kleine Murmeltier, nimmt die kleinen Ski-Lehrlinge mit ins Abenteuer Skifahren. In sechs liebevoll in Form von Film und Buch gestalteten Geschichten wird auf kindgerechte Weise davon erzählt, wie Murkli vom Skianfänger zum selbstbewussten Skifahrer wird. Die Identifikation mit dem sympathischen Maskottchen hilft den Kindern, sich mit den bisher unbekanntem Bewegungsabläufen anzufreunden.

Schon beim Einchecken am ersten Tag zeigt das neue Programm seine Stärken: Jedes Kind schließt sich seiner Gruppe an. Murklis Freunde – wie Fiona, die Eule oder Ingo, der Hase – sind die Namensgeber. So wird den Kindern von Beginn an eine sichere Umgebung geboten, in der sie sich bewegen können. Die Gemeinschaft und das Zusammengehörigkeitsgefühl in einem Gruppensystem, das ihnen schon aus dem Kindergarten vertraut ist, ermöglichen eine größtmögliche Potenzialentfaltung und erleichtern das Skifahren-Lernen.

Die Geschichten selbst werden den Kindern während des unterhaltsamen, auf edukative Inhalte aufbauenden Animationsprogramms erzählt. An jedem Tag wird in Erinnerung gerufen, was die Kinder auf der Piste selbst gelernt und erlebt haben. Theoretisches wird dabei ebenso kindgerecht dargestellt wie die Wiederholung von verschiedenen Techniken – vom Kurvenfahren bis hin zum punktgenauen Stehenbleiben. Geschickt verpackt finden sich in Murklis spannendem „Ski-Tagebuch“ auch die Bewegungsabläufe, die geübt werden, um die Koordination beim Skifahren zu verbessern. Dadurch werden Konzentration und Merkfähigkeit gefördert.

Den Eltern wird als zusätzliches Verkaufsargument für den Skikurs erklärt, welche Inhalte das Kind in der Animation lernen kann, um hier eine Vertiefung der Lerninhalte des praktischen Teils des Skifahrens zu erreichen. So wird die Animationszeit zur aktiven Lernzeit, und Eltern haben immer das gute Gefühl, ihr Kind lernt sicher Skifahren.

# Kinder und Familien begeistern



## Leistungen

### ✓ Strategie & Konzept

Für Ihren Erfolg.  
Wir begleiten Sie.

### ✓ Maskottchen

Unverwechselbar.  
Exklusiv für Sie entwickelt.

### ✓ Storytelling

Ihre Geschichte(n).  
Spannend erzählt.

### ✓ Animation

Echt cool.  
Und gut überlegt.

### ✓ Gastronomie

Kinderessen.  
Gut und lecker.

### ✓ Wissen

Ihre Fragen.  
Unser Know-how.

## Ihr Nutzen

Ursula Weixlbaumer-Norz begeistert Sie mit viel Wissen über die „Generation Z“. **Sie lernen die Zielgruppe Kinder & Familien zu verstehen** und bekommen einen guten **Überblick** über deren Interessen und **Vorlieben**. Sie erfahren wie Ihr **Unternehmen** durch die richtige Ansprache von **Kindern und Familien** noch **erfolgreicher** sein kann.

## Über mich

**Mag. Ursula Weixlbaumer-Norz**, Betriebswirtin; hat bei **McDonalds** global in den USA das Happy Meal Business geleitet. Später war sie für das gesamte **Familienmarketing** für **McDonalds** in Europa zuständig; Jetzt **Unternehmensberaterin** und Inhaberin von **kids&fun consulting**. Ihre langjährige Expertise im strategischen Kindermarketing macht sie zu einer gefragten Expertin in diesem Bereich.

## Referenzen



## Wir bieten ihnen massgeschneiderte Lösungen!



KIDS&FUN CONSULTING  
Mag. Ursula Weixlbaumer-Norz  
Erdbergstraße 10/44  
1030 Wien, Österreich



office@kidsandfunconsulting.com



www.kidsandfunconsulting.com