

Online oder offline? Wie Kinder spielen wollen

Candy Crush vs. Monopoly, Farm Ville vs. gemeinsames Basteln: Trotz gehypter Schlagworte wie „Digital Natives“ ist sich Erik Winterberg, Geschäftsführer der Kinder- und Jugendagentur Elements of Art, sicher: Die klassische Zeit gemeinsam mit der Familie kommt so schnell nicht aus der Mode.

Im Gegenteil: Vor allem die Kinder fordern in einer zunehmend digitalen Welt auch gezielt die realen Momente ein. Sich zusammen an ein Spielbrett setzen, greifbare Spielfiguren übers Feld schieben und einen Würfel in der Hand kreisen lassen,



Bei dem Spiel „Diebe im Dunkeln“ wird das Tablet zum Spielbrett

sind immer noch Grundbedürfnisse im kindlichen Kosmos, der sich vor allem ums Spielen und Entdecken dreht.

Die Mönchengladbacher Full-Service-Agentur für Kinder- und Jugendmarketing verfolgt daher in ihren Projekten für Kunden wie Europa-Park, Lufthansa und Henkel einen ganzheitlichen Ansatz, der sowohl die zunehmende Technologisierung als auch die reale Lebenswelt der Zielgruppe einbezieht. „Produkte für die junge Zielgruppe sind heute vor allem dann erfolgreich, wenn real und digital zusammengedacht werden und ein stimmiges Gesamterlebnis ergeben“, so Winterberg.

Für die größte deutsche Airline Lufthansa verwirklichen die Kinder- und Jugendspezialisten daher crossmediale 360 Grad-



Erik Winterberg,
Geschäftsführer Elements of Art

Produkte entlang der kompletten Reisekette, die alle Kanäle abdecken und ihren jeweiligen Stärken entsprechend in die Kommunikationsstrategie eingebunden werden. Für die Marke Pritt der Firma Henkel werden vor allem Basteltipps in den Fokus gestellt: Im Handel erhältliche Bastel-Sets ergänzen online abrufbare Bastelprojekte von EoA, so dass komplette, kohärente Themenwelten entstehen.

Auch dem Thema Spielen widmet sich die Agentur derzeit in einem spannenden Projekt: „Diebe im Dunkeln“ ist das erste vollständig digitale Gesellschaftsspiel, das Kinder, Freunde und Familien an einen Tisch bringt – mit dem Tablet als Spielbrett.

www.eoa.de

3 Fragen an Erik Winterberg, Geschäftsführer EoA

Herr Winterberg, was ist das Besondere an „Diebe im Dunkeln“?

Das Game verbindet klassische Spiele-Apps und Brettspiele. Wo Apps meist für Single Player gedacht sind, bringt Diebe im Dunkeln wieder alle an einen Tisch: Die Mitspieler sitzen um das Tablet herum, spielen aber interaktive Mini-Games, statt ein Spielbrett mit Karten und Co. aufzubauen. Und: Es muss niemand hinterher aufräumen.

Wo sehen Sie die größte Herausforderung für Spielwarenhersteller in den nächsten Jahren?

Neue Produkte sollen und dürfen nicht mehr isoliert auf einen möglichen Kanal

konzipiert werden. Die Verknüpfung von digitalen und realen Berührungspunkten sollte immer von Beginn an in der Entwicklung bedacht werden, um ein möglichst hohes Synergiepotenzial zu schaffen.

1980er vs. 2010er – wie haben Spielzeuge sich verändert?

Die Grundideen sind gleich geblieben: Puppen, Teddybären, Spiele. Die Frage heute lautet: Wie lässt sich eine kindgerechte Verbindung zu und mit den Medien schaffen, mit denen die Kids heute aufwachsen? Denn entgegen der landläufigen Meinung: Der Umgang mit den digitalen Medien muss auch von der jungen Generation erst gelernt werden.



Online und offline können erfolgreich kombiniert werden. Beispiel sind die Produkte der Marke Pritt von Henkel