



Glückliche Kids – glückliche Eltern

Konzeptionelle Kinderprogramme bieten Mehrwert für Events

Anspruchsvolle Kinderbetreuung gewinnt im Eventbereich zunehmend an Bedeutung. Genau wie hinter jeder guten Businessveranstaltung eine zündende Idee, ein durchdachtes Konzept und ein roter Faden stehen, sollten sich auch Kinderveranstaltungen durch diese Merkmale auszeichnen.

Eventveranstalter, die sich abheben und echte Mehrwerte für Kunde, Marke, Eltern und Kinder erzielen möchten, sind gefordert, Highlights abseits der Standards zu bieten.

Stephanie Beivers, Inhaberin von **Leo-Kinderevents**, plant seit 2010 mit ihrem 30-köpfigen Team Kinderevents, die in Erinnerung bleiben.

Woran liegt es, dass sich viele Eventmanager oft auf bekannte Klassiker wie Hüpfburg, Kinderschminken & Co. verlassen statt neue Wege zu gehen?

Eventmanager haben mit der Erwachsenenveranstaltung alle Hände voll zu tun. Projektstunden sind knapp bemessen und vielen fehlt einfach die Zeit, sich in die Materie „Kinderevents“ einzuarbeiten.

Da wird dann eben schnell zu bekannten Lösungen gegriffen. Hüpfburg und Schminkaktionen finden Kinder zwar nicht falsch, aber sie bieten keinerlei Mehrwert für die Veranstaltung und es mangelt ihnen an Individualität und Wiedererkennungswert.

Was steckt hinter konzeptionellen Kinderevents?

Angelehnt an das Konzept eines Events, führen wir Ideen weiter und entwickeln Beschäftigungsaktionen für Kinder, die in das Gesamtkonzept der Veranstaltung passen. Mit dem Wissen, was die Erwachsenen in der Zeit machen, wird das Erlebnisprogramm für die Kleinen geplant. Dabei berücksichtigen wir die Identität der Auftrag gebenden Firma und kombinieren diese mit anspruchsvollem Infotainment oder aufrichtigem Spaß.

Was sind die Vorteile von konzeptionell geplanten Kinderveranstaltungen?

Wenn die Eltern ihre Kinder in guten Händen wissen, hat der Veranstalter ihre Aufmerksamkeit – und das ist es ja, was er möchte. Die Erwachsenen können sich entspannt auf das Event einlassen, sich frei bewegen und bleiben länger vor Ort. Gleichzeitig steigt bei den Gästen das Ansehen des Veranstalters, da die Wertschätzung für durchdacht-kreative Kinderbetreuung hoch ist. Ein Kind, das noch zu Hause von dem schönen Tag schwärmt, unterstreicht die Marke positiv bei den Eltern.

Immer mehr große Unternehmen erkennen diese Vorteile und sind bereit, hier zu investieren und neue Wege zu gehen. Wir erleben regelmäßig, dass Eventagenturen Pitches maßgeblich über das Kinderprogramm, das wir gemeinsam erarbeitet haben, für sich entscheiden konnten.

Woran erkennt man ein gutes Kinderprogramm?

Es richtet sich an alle Altersklassen, ist genderneutral, hat einen Incentive-Charakter und macht sowohl Eltern als auch Kindern Spaß. Es stillt die Bedürfnisse der Eltern und Kinder auf gleiche Weise.

Welche Aktionen bieten sich an?

Wichtig ist aus unserer Sicht immer, dass die Kinder etwas mit nach Hause nehmen können. Spannende Bastelaktionen, in deren Rahmen die Kinder selbst etwas gestalten, bieten sich hervorragend an. Hier gibt es auch viele Möglichkeiten für den Kunden, seine Marke zu integrieren, zum Beispiel auf Bastelbögen. Gleichzeitig darf der Aufwand nicht unterschätzt werden: Kreativ- und Spielaktionen oder Rallies für mehrere hundert Kinder müssen so geplant sein, dass jedes Kind in kurzer Zeit alleine oder mit wenig Hilfe durch Betreuer durchs Ziel kommt. Auch sollte auf richtige Maß geachtet werden; zu viele gut gemeinte Aktionen überfordern die Kinder und damit auch die Eltern.

Wie könnte das konkret aussehen?

Seit 2014 setzen wir beispielsweise eine Bastelaktion für 600 bis 1.000 Kinder im Kölner Zoo im Auftrag der Sparkasse KölnBonn um. Die ursprüngliche Anfrage der Sparkasse war in diesem Fall, ob wir Kinderschminken anbieten könnten. Nach

einer ausführlichen Beratung wurden wir beauftragt, ein Konzept zu entwickeln, das besser zum Anlass passt – Schulanfänger werden in den Kölner Zoo eingeladen – und die Marke des Kunden transportiert. Die Bastelbögen wurden dafür von uns so konzipiert, dass sie schnell und einfach zu basteln sind und mit wenig Materialaufwand ein großer Effekt erzielt wird. Wir basteln die Tüten mit den Eltern und Kindern, und die Sparkasse befüllt diese dann. Die Aktion läuft jetzt bereits im vierten Jahr. Das Konzept für Schulanfänger nutzt sich nicht ab, da jedes Jahr neue Kinder zum Zootag kommen. Die Kinder und Eltern lieben die Aktion, weil sie relativ schnell geht, die Tüten wertig sind und wir – ganz wichtig – die Aktionen mit wenig oder gar keiner Wartezeit durchführen können. Eltern und Kinder stehen nämlich gleichsam ungern Schlange.

Bei Tischdecken, Materialschalen usw. achten wir darauf, dass sie zur Corporate



Spannende Bastelaktionen kommen bei Kindern immer gut an, wie hier bei einem Event der Sparkasse KölnBonn.



Stephanie Beivers ist die Inhaberin der 2010 gegründeten Agentur „Leo-Kinderevents“.



Die Mitarbeiterinnen von Leo-Kinderevents setzen die kreative Kinderbetreuung voller Elan um.

Identity des Kunden passen, im Fall der Sparkasse zur Farbe Rot. So gibt es auch harmonische Fotos für die PR- und Werbezwecke des Kunden.

Was ist, wenn das Produkt des Kunden nicht kinderaffin ist?

Auch wenn das Produkt des Kunden nicht gut zu Kindern passt, zum Beispiel Zigarettenautomaten, kann man meist einen Anlass finden, der passt. Hier haben wir die Eröffnung einer neuen Halle als Anlass genommen, um den herum wir Aktionen konzipiert haben.

Welche Vorteile liegen in der Zusammenarbeit mit einer Kinder-Eventagentur?

Wir wissen, welche Kinderaktionen bei welchen Veranstaltungen funktionieren und welche nicht. Wir sind in der Lage, Eventlocations danach zu beurteilen, inwieweit sie sich für die angedachten Kinderaktionen eignen. Wir verfügen über jahrelange Erfahrung mit Kindergruppen. Darüber hinaus beobachten wir den Eventmarkt und entwickeln Konzepte, die sich an die Trends für Erwachsene anlehnen. Durch die viele Zeit, die wir mit Kindern verbringen, sind wir in der Lage, früh Themen und Trends zu erkennen und diese in unsere Konzepte einfließen zu lassen.