KJMK
Kinder & Jugend Marketing Kontor

JUGENDARBEIT ALS MARKE

Was wir von Nike & Co. lernen können
26. April 2022

Carola Laun
Kinder & Jugend Marketing Kontor

ALLES IST MARKE!

Marken als Status-Symbole

Personen als Marken

Selbst-Präsentation

Fakten, aber auch Emotionen & Image

Starkes Design

Klarer Markenkern & klare Position-ierung

AUCH JUGENDARBEIT SOLLTE MARKE SEIN

AUF DER SUCHE NACH ORIENTIERUNG UND IDENTITÄT

Kinder wollen möglichst schnell groß werden

Jugendliche brauchen Freiräume und Stabilität

Entwicklung ist die Haupt-aufgabe

In Werbung Orientierung geben

Möglich-keiten zum Ausprobieren

Mehr als Spaß & Abhängen

PASSENDE, KLARE, EINLADENDE ANGEBOTE

JUNGE MENSCHEN OPTIMIEREN SICH SELBST

Körperkult | Zugehörigkeit & Abgrenzung

fragmentierte Gesellschaft, Unverbind-lichkeit nimmt zu

Instagram-Präsenz & Follower als Währung

Präsentation der Einrichtung, des Angebotes

Möglich-keiten für die persönliche Darstellung

Wert-schätzender Umgang, Respekt, Selbst-Bestimmung

SELBSTWIRKSAMKEIT UND PRÄSENTATIONSFLÄCHE BIETEN

FAMILIE & FREUNDE SIND WICHTIG!

Freund-schaftliches Verhältnis | Beratende Funktion

(gemeinsame) Alltags-Gestaltung

Familien-Mittelpunkt | kein Zufluchtsort nötig

Kommunikation über Eltern an Kinder

Eltern als Partner:innen verstehen

Keine Provokation | Reaktanz

AUCH FÜR DAS MARKETING!

KIDS SIND COOL – UND OFT IN DER SCHULE!

Jugendarbeit als Gegenpol zu schulischen Zwängen

Schule prägt Alltag von Kindern & Jugend-lichen

Ganztag weitet sich aus, Grenzen ver-schwimmen

Schule als Kommunika-tionsort nutzen

Angebote verknüpfen

Pädagog :innen zu Verbündeten machen

LASST UNS DORT STATTFINDEN!

ALWAYS ON!

Smartphone als Tor zur Welt

Social Media als Informations-quelle

Ausdruck von Verbunden-heit

Kommunikation über Eltern an Kinder

Eltern als Partner:innen verstehen

Keine Provokation | Reaktanz

PRÄSENZ IN JUGENDLICHEN LEBENSWELTEN

JUNGE MENSCHEN WOLLEN DAZUGEHÖREN

Orientierung bei Erwachsenen

Rolemodel & Vertraut:e

Bedingungs-lose Anerkennung

Persönlich(kei t) kommuni-zieren

Einstieg erleichtern

Personen als wichtigster Faktor in der Jugendarbeit

BEGEISTERT SIE PERSÖNLICH

Kinder & Jugend Marketing Kontor
Carola Laun
Meistermannweg 61
53359 Rheinbach

carola.laun@kjmk.de
02226 1575783
0151 2350 0534
www.kjmk.de

DAS KJMK
CONTENT
BLOG
SOCIAL MEDIA
KNOWHOW
ABSCHLUSSARBEITEN
HANDS-ON
BERATUNG
INSPIRATION
PIONIERARBEIT
LEHRAUFTRÄGE
MODERATION
INTERVIEWS
KOOPERATION
LEXIKON
VORTRÄGE
ERLEBNISSE
STRATEGIEN
VERANTWORTUNG
NETZWERK
COACHING
ENTWICKLUNG
WERTSCHÄTZEND
PÄDAGOGISCHE MATERIALIEN
PROJEKTMANAGEMENT
DIALOG
TRAINING
SPARRINGSPARTNERINNEN
SEMINARE
WORKSHOPS
IDEENREICH
KONZEPTE
GRAFIK
WERBEKOMPETENZ
EMPOWERMENT
RESEARCH
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Die Inhalte dieser Präsentation sind geistiges Eigentum von Carola Laun, KJMK bzw. der zitierten Studien-Herausgeber und Unternehmen.

Die Inhalte dürfen nicht – auch nicht auszugsweise - an Dritte weitergegeben oder vervielfältigt werden. Wenn Du Interesse hast, diese Inhalte weiterzugeben oder zu anderen Zwecken als zur eigenen Weiterbildung zu nutzen, sprich uns bitte an.

Die Bilder von Kinder und Jugendlichen stammen überwiegend von Photocase, Pixabay und Unsplash, detaillierte Bildnachweise unter www.kjmk.de. Bilder zu Fallbeispielen stammen von den Webseiten der Unternehmen und Organisationen.