





Klindworth
P r e m i u m - S a f t e r e i

Deutsche Hochschulen haben herausgefunden und mehrfach belegt, dass die Kinder 4.0 von heute in allen Bereichen der Sensorik der vergangenen Kindergenerationen stark hinterherhinken. Warum auch nicht? Eine Vielzahl von Süßgetränken, Convenience-Produkten, fehlende reale Beispiele in der Umgebung fördern diesen Malus. Somit sind sie stark beeinträchtigt, wenn sie neue Produkte schmecken, riechen, sehen, fühlen und gar hören müssen, um sie einzuordnen.

Funk promotion

Klindworth macht es sich zur Aufgabe, den Kindergärten eine unterstützende Hand zu reichen. In Absprache mit diesen wird jede einzelne Aktion im Kindergarten besprochen, abgestimmt und durchgeführt. Weitere Aktionen & Module sowie Social Media sorgen für den entsprechend guten Nachklang der Aktion.

Gewünschter Effekt – die Marke Klindworth positioniert sich in den Bereichen Bildung & Ernährung, die für die Eltern (die Personen mit der Kaufkraft) besonders wichtig für ihre Kinder sind, sie verankert sich für eine Weile im Gedächtnis des Kindes (was Auswirkungen auf die zeitnahen Einkäufe der Familie haben kann), schlägt tiefere Wurzeln in ihrer Region und tut dank der Funkkooperation allgemein hin sichtbar für jeden „Gutes“.



GÄRTNER & CO.

Eine Kinderanimateurin mit Hingabe & Leidenschaft

Ein Assistent mit den Fähigkeiten, die Aktion geräuschlos zu machen

30 Kindergärten

7 Stadtbezirke

Unzählige Ferngespräche

Sommerluft

30 kg Äpfel

5 Erwachsene vs. 20 Kinder

Licht, Mikrofon, Kamera und Tonbandgerät

Jede Menge Vitamine



Mittel zum Zweck



Ein geradliniges Vermitteln von Fakten hat hier keinen Zweck.
Wir bedienen uns kindergerechter und spaßiger Cartoons bei der Darstellung;
einer einfachen Sprache und konzipieren nachfolgende Module vom Spannungsboden und der
Abwechslung über die Interaktion sowie den Ortswechsel..



Kinds - Fakten

Um die natürliche Aufmerksamkeit zu erreichen, muss es das Bestreben sein, interessantere Reize zu setzen als die Umgebung sie bietet.

Faktoren sind:

* Die Stimmung der Kinder - wenn Sie sich wohl fühlen und lachen, vergessen Sie alle Sorgen.

* Das eigene Können und damit einhergehende positive Erlebnisse, daher sollte ein unnötiger Wettkampfcharakter nicht aufkommen.
Jeder ist Sieger, aber ein bisschen gefordert werden darf schon.

Wir lenken sowohl visuell und akustisch, als auch durch direkte Ansprache sowie körperliches Einbinden sämtliche Sinne auf uns.

Module sind so kreiert, dass die nachfolgenden empfohlenen Intervalle eingehalten werden, außer die Kinder wollen einfach mehr.

Aufmerksamkeit / Ausdauer mit Fokus

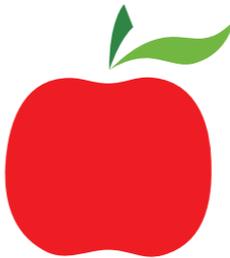
Kinder 3 - 5 Jahre 15 - 20 Minuten

Kinder 5 - 7 Jahre 20 - 25 Minuten

Kinder 7 - 10 Jahre 20 - 25 Minuten

Kinder 10 - 12 Jahre 25 - 30 Minuten

Kinder 12 - 16 Jahre 30 - 35 Minuten

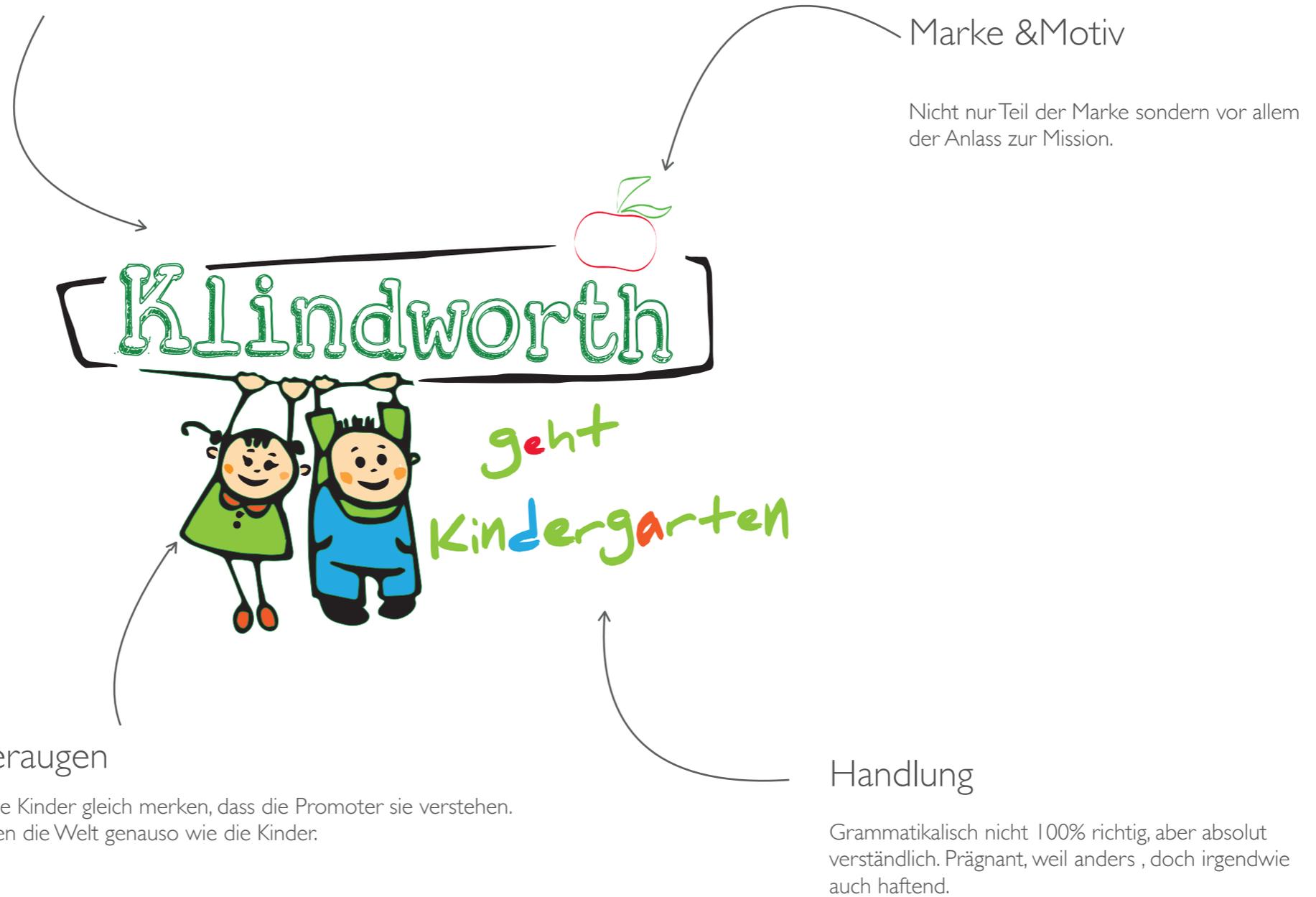


Klindworth

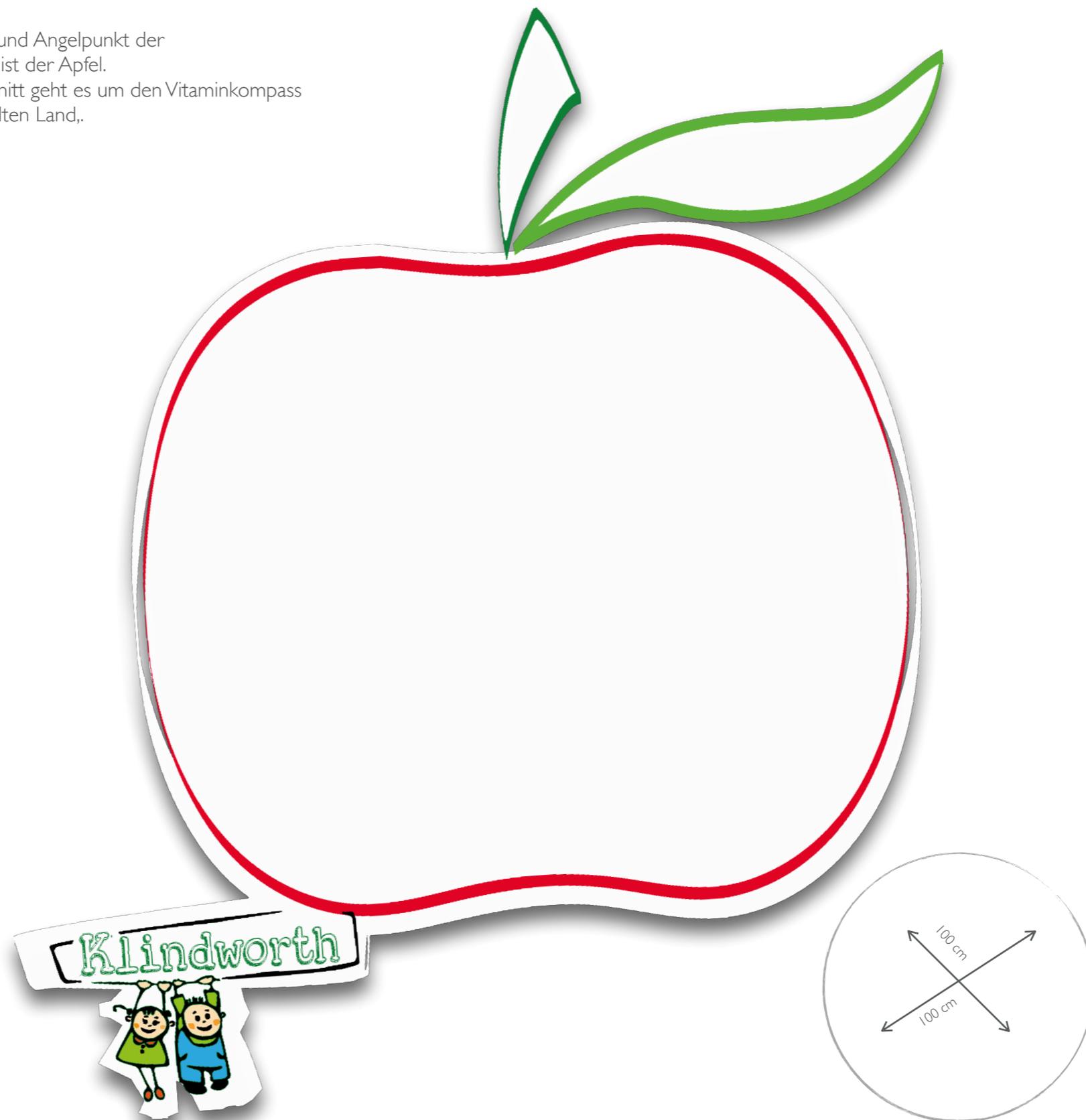
P r e m i u m - S a f t e r e i

Unternehmen

Der Markenname wird nah am Original und doch zeitgemäß wie kindergerecht dargestellt.



Markenzeichen, sowie Dreh- und Angelpunkt der Klindworth Premium Safterei ist der Apfel.
In diesem kurzweiligen Abschnitt geht es um den Vitaminkompass anhand der Frucht aus dem alten Land,.



|| Ich war´s!

KLIND WORTH(ER)

Gemeinsam sprechen die Kinder interaktiv mit dem Trainer über die wichtigen Dingen..

A, B, C und evtl. ein wenig D - hier geht es um Vitamine und wofür wir sie brauchen..

Die Kinder können dazwischenrufen und dürfen bei richtiger Antwort mit einem Stempel im XXL Format die Antwort auf den Apfel bringen.

Hintergrund dieser Aktion:

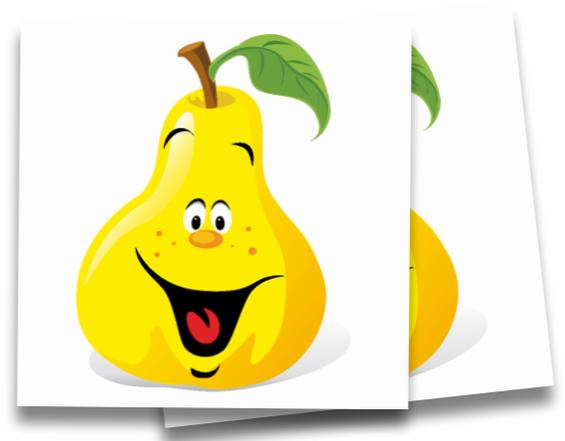
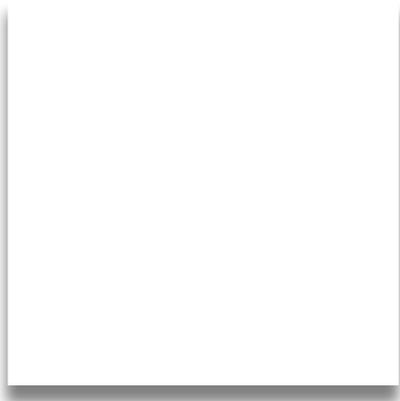
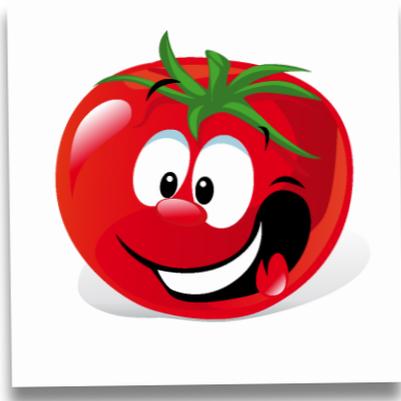
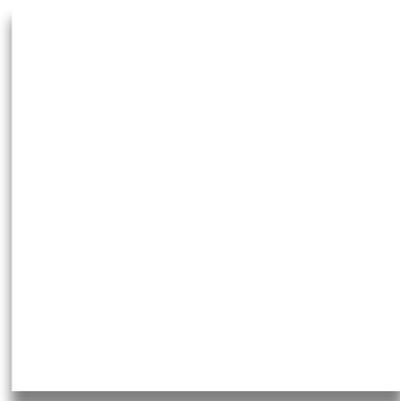
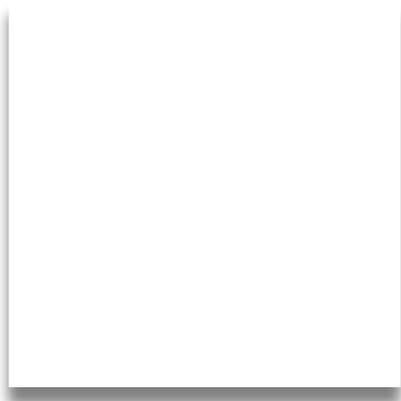
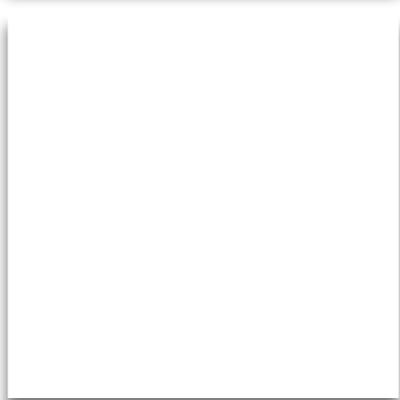
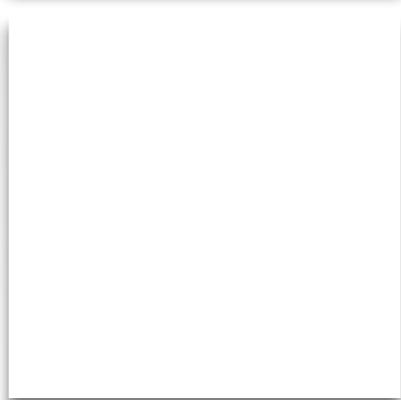
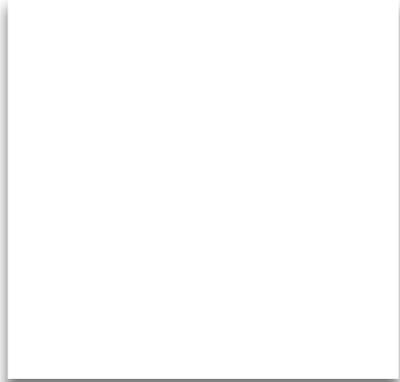
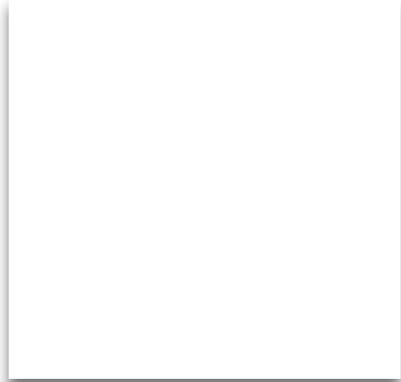
Jeder Kindergarten hat einen pädagogischen Auftrag und ist sehr froh, wenn dieser nach Erfolg plakatiert werden kann, so dass alle Eltern sehen - hier tut man etwas.

Dies nutzen wir ,um im besten Fall 14 Tage im Flur der Kindertagesstätte in Form einer Ausstellung den Apfel zur Werbefläche zu machen.

Nun kann jedes Kind seinen Eltern zeigen, welchen Teil es beigetragen hat.

„Schau mal, Mama - ich war´s!





MEMORY DER FRÜCHTE

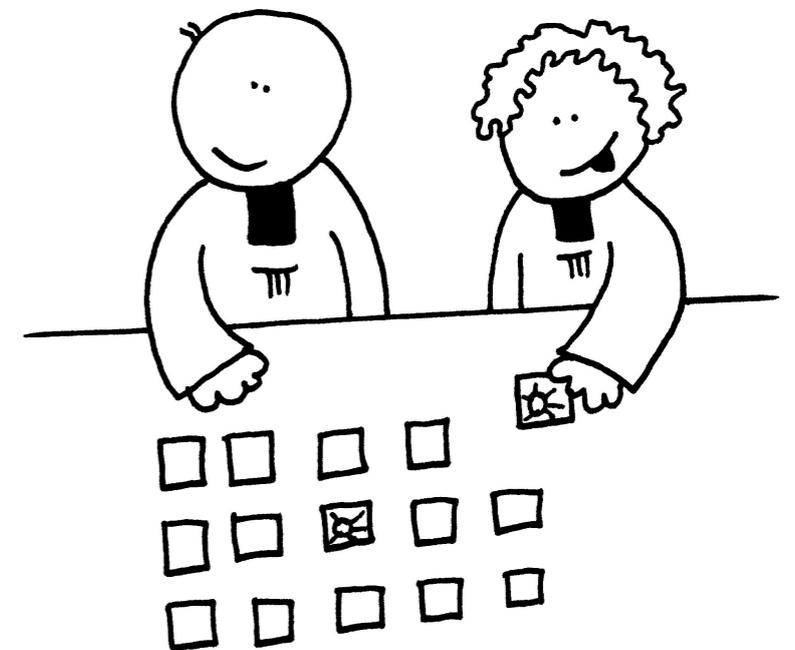
Aus 2 mach 1

Die Kinder sitzen vor einer Tafel mit einem 150 x 100 cm großen White Board. Das White Board ist magnetisch. Auf dem White Board befinden sich 10 x 10 cm große Magnettafeln, die als Memory-Karten dienen. Insgesamt wird es 64 Karten geben (32 Paare). Die Karten zeigen Früchte (Obst und Gemüse) und Buchstaben für die Vitamine. Die Kinder treten einzeln vor und müssen sich nun im Memory beweisen.

Dauer: ca. 15-20 min

Als Übergang und zur Auflockerung : Die Suche nach den Fruchtbären!

In Zusammenarbeit mit den Kinderbetreuerinnen wurden im Vorfeld XXL Saftbären versteckt, natürlich immer 2 einer Farbe.



|| Ich erinnere mich.

TASTEN
RIECHEN
SCHMECKEN

|| Reisevitamine



REISEVITAMINE

Taste die Früchte

Die Kinder treten zu zweit an die Truhe heran. Sie greifen hinein und wählen zwischen den Früchten eine heraus und ertasten sie. Wenn sie denken, dass sie die Lösung wissen, dann lassen sie es alle wissen und ziehen die Frucht heraus. Die anderen Kinder schauen, ob das Kind Recht gehabt hat und rufen die Lösung laut heraus. Der erfolgreiche Schatzsucher darf natürlich gleich einmal kosten.

Dauer: ca. 30 min

PARCOUR DER SINNE

Nichts sehen, aber schmecken?
Kannst Du einen Liter Apfelsaft tragen?

|| Reisevitamine



Schmecken statt sehen.

Zwei Kindern, jeweils ohne Sicht, werden per Löffel geschnittene Früchte und per Gläser Saft gereicht. Sie sollen erraten, was es ist.

Wie viele Äpfel sind in einem Liter Apfelsaft?

Ein transparenter Zylinder wird mit ca. 20 Äpfel aufgefüllt. - 2 -3 Kinder versuchen dies auf Ihren Armen zu tragen.

Als Auflösung stellen wir ein Flasche daneben und erklären wie aufwendig es ist, 20 Äpfel in die Flasche zu bekommen.

Dauer: ca. 20 Minuten

Kleiner Gag für zu Hause: (Kinder 5-6)
„Mama, ich kann 20 Äpfel tragen - schau mal!“

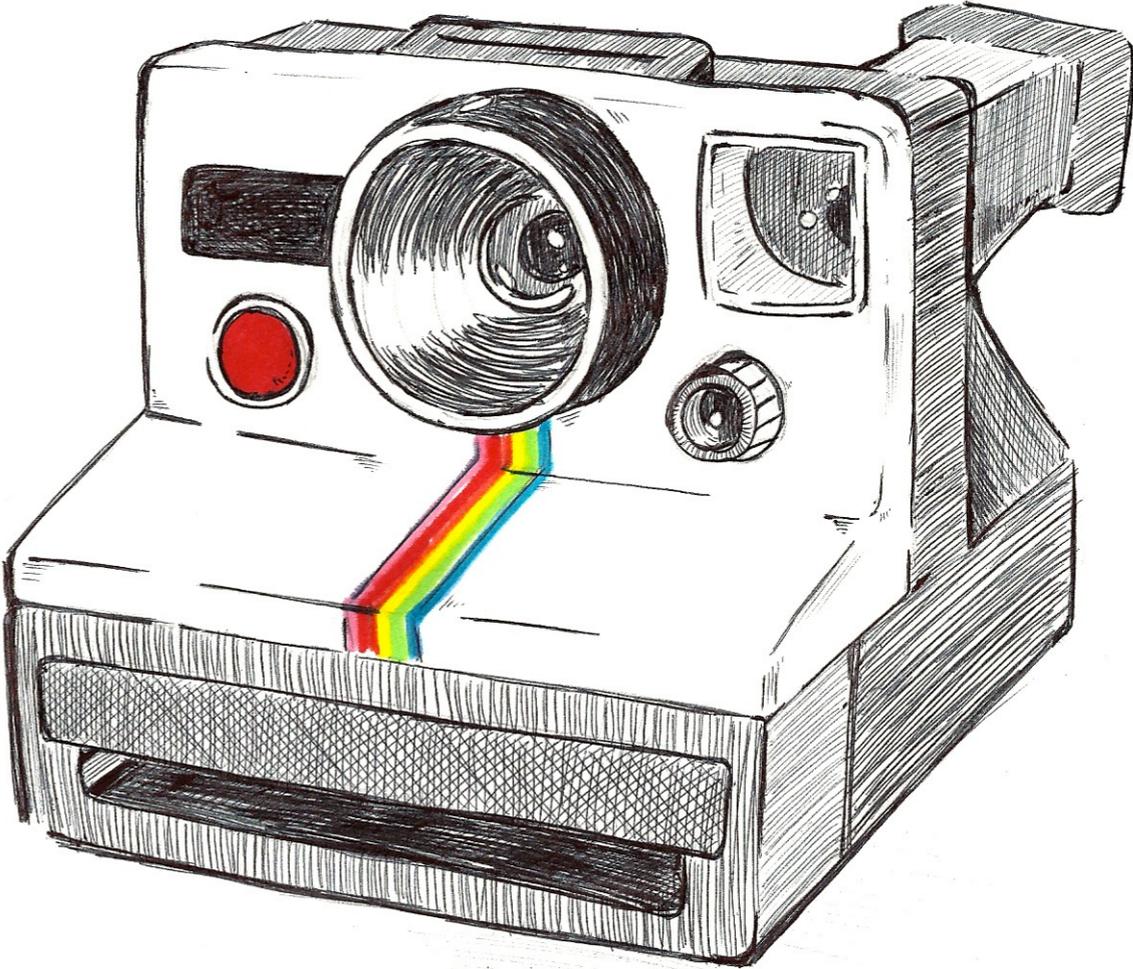
POLA

Bilder mit und am besten
noch durch Kinder.
Zum Aushängen und
natürlich zum Nutzen für das
eigene Marketing. Die gute
alte Polaroid-Technik lässt die
Kinder noch etwas mehr
staunen und macht das
Erlebnis sofort für alle
greifbar.

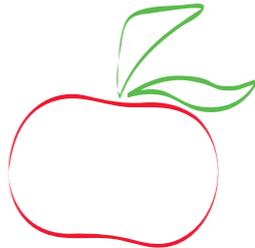
ROID

SCHNAPP

SCHUSS



pagereford2011

Klindworth 



geht
Kindergarten

Funkpromotion 2014

NVW GmbH
Westerböhmen 10
27419 Sittensen

Agentur

adeo concept GmbH
Verkehrshof 17
14478 Potsdam