

WELLNESS – GESUNDHEIT – PRÄVENTION

KUR.



[2010]





Wer ist wellness&media?

2002 – Saunaportal SaunaSauna.de

2003 – erste Ausgabe des Wellnessmagazins
heiss+kalt

2004 – vierteljährliche Erscheinungsweise von
heiss+kalt, Auflage 40.000

2006 – erste Ausgabe des h+k professional für die
Entscheider

Portal für wellness-planung.de rundet das
Portfolio in den Bereichen Wasser,
Wärme, Wellness ab



Die „neue Kur“ wird zum Thema

2007 – Das Magazin „heiss+kalt“ befasst sich in den Titelthemen mit „Kneipp-Renaissance“, „Wellness und Natur“, „Die Kur neu entdecken“

2008 – 2010

In verschiedenen Serien sind Kur, Medical Wellness und Gesundheitstourismus Themen des Wellness-Magazins

Partner sind u. a. Verband der Kneipp-Heilbäder, Heilbäderverband Niedersachsen, Mecklenburg Tourismus, Die Seeheilbäder, Gesundheitstourismus Nordhessen, Rheinland-Pfalz Tourismus (Ich-Zeit), Gesundheitsregion Bayern sowie viele einzelne Kurorte



Die Kur neu entdecken?

In zahlreichen Diskussionen mit Kurdirektoren, Geschäftsführern und Marketingleitern wird der Wunsch geäußert, dem Thema „Kur“ ein neues Image zu geben

Das Wellnessmagazin „heiss+kalt“ schlägt bereits die Brücke zwischen Wasser, Wellness, Gesundheitsbewusstsein und Kur

Der Wunsch, ein Magazin für Kurgäste zu produzieren und zu verteilen, das den Gast auf aktuelle Weise informiert und dieses neue Image transportiert, wird immer deutlicher

Wie lässt sich so ein Magazin finanzieren?

Die einzige Möglichkeit, ein solches Lobby-Magazin in hoher Auflage zu produzieren, besteht in einer Kooperation zwischen Verlag und Kurort:

Der Kurort erhält sechs eigene Seiten, die durch den Kurort finanziert werden.

Weitere Seiten erscheinen deutschlandweit identisch zu den Themen Kur, Medical Wellness, Gesund Leben. Diese überregionalen Seiten werden über Anzeigenkunden finanziert.





Werbepartner

Partner sind in erster Linie Firmen aus den Bereichen

Naturheilkunde

Gesundes Leben

Kosmetik

Gesunde Ernährung/Getränke

Gesundheit, Sport, Freizeit

Ausgeschlossen sind:

Touristische Anbieter, auch Kurorte

Pharma-Industrie (mit Ausnahme von Heilmitteln auf homöopathischer und naturheilkundlicher Basis)



Danke!

An der Ideenfindung waren beteiligt:

Kurdirektor Heinz-Hermann Blome, Bad Pyrmont

Kurdirektor Rudolf Weinberger, Bad Füssing

Kurdirektor Alexander von Hohenegg, Bad Wörishofen

Prof. Dr. Dr. Jürgen Kleinschmidt

und viele weitere Kolleginnen und Kollegen

... die Reaktionen sind durchweg positiv

Anfang Mai 2010 erschien die erste Ausgabe des
Magazins K.U.R. in einer Auflage von 90.000 in

Bad Füssing

Bad Saarow

Bad Wörishofen

Die Ausgaben für 2011 werden bis **Ende Juli 2010**
geplant. Ab 2011 erscheint das Magazin dann zweimal
jährlich zu Beginn der Frühjahrs- und Herbstsaison

Es gibt zwei Editorials: eines vom Kurdirektor, eines vom
Präsidenten des DHV

Im wissenschaftlichen Beirat sind Prof. Jürgen
Kleinschmidt und Prof. Christoph Gutenbrunner





Wir wollen zeigen:

Die Kur hat Zukunft!



K.U.R.

vermittelt die Freude, sich um die
eigene Gesundheit zu kümmern

(kein drohender Zeigefinder!)



Wir wollen zeigen:

In den Kurort fährt man

- weil es Spaß machen kann, sich um seine Gesundheit und die der Familie zu kümmern
- weil der Kurort Entspannung, Kultur, Sport und Kommunikation verknüpft
- um in schöner Natur über das eigene Leben nachzudenken
- weil die Natur im Kurort in Form des ortsgebundenen Heilmittels eine heilsame Wirkung hat



Gründe, das Magazin K.U.R. zu bestellen und zu verteilen

- Gäste, die bei Übernachtung Kurtaxe zahlen, erhalten hochwertige Lektüre zum Thema Kur
- Tagesgäste und Urlauber werden über die Kurangebote informiert
- Beiden Zielgruppen wird die Qualität und Kompetenz des Kurortes dargestellt
- Gäste außerhalb des Kurortes werden über das Thema Kur wie auch über den Verband bzw. Kurort informiert, wenn das Magazin außerhalb des Kurortes ausgelegt wird
- Deutschlandweit dient das Magazin als Lobbymagazin, um das Thema Kur zeitgemäß zu transportieren



Vorteile

Das Magazin dient der Kundenbindung ebenso wie dem Imagetransfer von „Kur“

Gäste aus den Bereichen Tourismus können für die Themen Kur, Gesundheit und Medical Wellness interessiert werden

Aus Tagesgästen können Kurgäste werden

Zufriedene Kurgäste sind auch die Kurgäste von morgen

Angebot für Kurorte

Auf den sechs Seiten im Magazin K.U.R. wird der Kurort in all seinen Facetten dargestellt

Es werden Reportagen , Interviews mit den Experten vor Ort und Hintergrundwissen geboten. Die Texte unterscheiden sich von den bisher vorhandenen Broschüren. Auf Wunsch ist eine Anreise der Redaktionsleiterin Ulla Robbe oder Martina Frenzel pro Jahr möglich, wenn Fahrtkosten, Unterkunft und Verpflegung gestellt wird

Die Beiträge sind informativ, aber auch unterhaltsam und kurzweilig zu lesen

Die Redaktion von wellness&media erstellt die Seiten in Absprache mit der Kurdirektion. Fotos werden vom Kurort zur Verfügung gestellt, bzw. vor Ort fotografiert





Angebot für Kurorte

Erscheinungsweise: zweimal jährlich zu Saisonbeginn
Anfang Mai und Anfang Oktober

Buchung: jeweils zwei Ausgaben für ein Jahr, danach
kann jeweils zum 31.07. eines Jahres für das darauf
folgende Jahr gekündigt oder weitergebucht werden

**Buchungs-Schluss für 2011: 31.07.2010 für zwei Ausgaben
im Jahr 2011**

Kosten: 15 Cent pro Stück, Mindestabnahme 30.000
Stück, die Frachtkosten an eine Stelle sind im Preis
enthalten

Mediadaten: Wenn auf den regionalen Seiten Anzeigen
erscheinen sollen, erstellt wellness&media auf Wunsch
regionale Mediadaten