Protokoll Wellnessbeiratssitzung 03.08.2021, 14.30 Uhr

Anwesende: Bensemann, Steuer, Eichner, Meyer, Siewert, Renken, Stridde, Günther, Lehmann, Queisner Pagel, Last, Wehrmann, Opferkuch

* Begrüßung der großen Runde und einleitende Worte zu den vergangenen kleinen Arbeitsrunden
* UTG berichtet von den heutigen Themen: Contentvermarktung, Website useodm.de (Wellnessbereich)
* Vorstellung Frau Meyer- Elternzeitvertretung von Frau Weitz
* Beginn der Vorstellung der Website von Frau Eichner
* Rubrik Wellness: Test- Bild Kombination und Foto Slider
* Wellness und Gesundheitskalender/ Eventkalender
* Interaktive Karte, die alle Orte bzw. Unternehmen, die vernetzt sind mit auflistet
* 10 Hotels die mit ihrer eigenen Mikrosite verlinkt sind
* Auf der Mikrosite sind die jeweiligen Angebote des Hotels mit verlinkt
* Rubrik Gesundheit: Test- Bild Kombination und Foto Slider
* Unterseiten Thermen, Therapie und Gesund in der Natur
* Bilder- Karussell und Testinformation unter jeder Mikrosite
* Außenkommunikation Vorstellung:
* Gelder für Plakate in Hamburg über Ströer erhalten durch Gewinn des ADAC Preises, UTG will dies auf Berlin ausweiten
* „Crossmediale Kampagne“
* 998€ pro Partner bzw. 10.000€ zur weiteren Refinanzierung (Grundlage: 10 Partner)
* 10.000 € würde die UTG zusätzlich zur Verfügung stellen
* Vorschlag Werbemaßnahmen Crossmediale Kampagne, insgesamt 32 Mio. Reichweite:
* Zeitraum: 01.09.-31.10.2021
* Außenwerbung durch Großflächenplakate- 20 Tage (über 1 Mio. Sichtungen)
* Onlinewerbung 30 Tage über T-Online.de (über 30 Mio. User pro Monat)
* Radio- NRJ und Radio PSR, 2 Spots je 45 sec., 5 Tage on Air primär Sachsen, oder Berlin Paradiso 240.000 Hörer, 35 Spots a 10 sec
* Zeitung Tagesspiegel – Berlin & Brandenburg
* Fitnessfirst über 28 Tage mit 300 Plakaten in den Umkleiden (Premiumfitnessstudio Berlin)
* Social Media UTG Kanäle – Berlin, Hamburg, Dresden Hauptfollower
* Feedback: Radio lieber auf Berlin/ Brandenburg setzen: Energy, Paradiso
* Zusätzlich wird die Möglichkeit eingeräumt, folgende Angebote zu buchen:
* Großflächenplakat mit eigenem Motiv 350€
* Angebots Integration im Tagesspiegel 450€
* T- online Teaser 250€
* Social Media Post (FB/ Insta) 100€
* Radio Spot mit persönlicher Vorstellung 450€
* Buchungsverhalten ändert sich mittlerweile, kürzere Buchungszeiten/ Mikrourlaube und späte Buchung
* Angebot preislich gut, großer Vorteil durch den Zusammenschluss und Kooperationsvertrag
* Die Kampagne findet Zustimmung, tolle Werbeaktion
* Mit 1.000€ ist man sehr preiswert in dieser riesigen Kampagne involviert (70.000-80.000€ Kampagne)
* HIU Verteiler mit einbringen, Geschäftsführungen sollten angeschrieben werden, damit es auf dem richtigen Tisch landet
* Die neue Website soll Anfang September in die Kommunikation gehen

Ende 15:58 Uhr

Am Abend haben wir uns gemeinsam an der neuen Koserower Seebrücke getroffen für ein nettes Beisammensein. Frau Riethdorf- Kurdirektorin von Koserow und Vorsitzende des Verbandes hat uns die Geschichte über die Seebrücke erzählt bei Sonnenuntergangsflair. Vielen Dank nochmal an dieser Stelle an alle die dabei waren und auch Frau Riethdorf. Es war schön wieder Kollegen in live zu sehen und sich auszutauschen.