

**6 % SOLE –
100 % ENTSPANNUNG**

Ihr Kontakt	Jürgen Thöne
E-Mail	j.thoene@werne.de
Tel. allgemein	02389 9892-0
Fax allgemein	02389 9892-200

04.04.2019

Hochwertige Image-Zeitung zeigt das neue Solebad Werne

Verteilung an 195.000 Haushalte in der Region

Post vom Solebad: Menschen aus Werne und Umgebung erhalten in den nächsten Tagen die wichtigsten Informationen zum neuen Baderlebnis direkt in den Briefkasten. Die Image-Zeitung veranschaulicht, worauf sich Besucher ab Sonntag, 14. April 2019, freuen dürfen.

Ein detaillierter Lageplan der neuen Anlage ermöglicht erste Orientierung und macht Lust aufs Bad. Auf insgesamt vier Seiten erfahren Leser unter anderem mehr über die einzelnen Bereiche, Eintrittspreise und Öffnungszeiten, Besonderheiten des 6%igen Solegehalts, die Gastronomie „Strobels im Solebad“ und Sehenswürdigkeiten des historischen Stadtkerns.

Mit der Kampagne knüpft das Solebad Werne an das moderne Erscheinungsbild des Bades an. „Viele potenzielle Gäste bekommen auf diese Weise einen ersten, sehr ansprechenden Eindruck“, erklären die Geschäftsführer Frank Gründken und Jürgen Thöne.

Konzeption, Redaktion, Gestaltung und Fotos sind bei der Werne Marketing GmbH entstanden. „Auf einer Tagung fiel mir ein DIN A3-Magazin einer Immobilienfirma ins Auge und sofort kam mir die Idee, ein ebenso großes Format für das Solebad zu veröffentlichen“, sagt Geschäftsführerin Carolin Brautlecht. „Die nun vorliegende Broschüre informiert kompakt über alles rund ums Bad.“ 195.000 Exemplare des



Vierseiter werden an Haushalte in Werne, Lünen, Selm, Bergkamen, Kamen, Nordkirchen, Ascheberg und Hamm verteilt. In der Image-Zeitung findet sich auch ein Gewinnspiel, bei dem die Teilnehmer attraktive Preise wie SoleCARDS und Eintrittskarten gewinnen können.

„Mit dieser Image-Zeitung können wir anschaulich die Vorzüge des neuen Solebades an viele Menschen in der Region transportieren und damit Neugierde wecken“, freut sich Bürgermeister Lothar Christ über diese besondere Maßnahme der Eröffnungskampagne.

Selbstverständlich runden darüber hinaus klassische Anzeigen in Tageszeitungen und Magazinen, Radiospots sowie Aktivitäten in den Sozialen Medien Facebook und Instagram die Strategie der Eröffnungskampagne ab.

Neben der vierseitigen Image-Zeitung erscheint zeitgleich eine erweiterte, zwölf Seiten umfassende Version mit Beiträgen zur Solebad-Geschichte. Dazu gehören ein Interview mit Architekt Heinrich Brinkhus, Statements von Verantwortlichen und Texte zu Wernes Badetradition. „Spannend ist die Mischung aus Archivmaterial und Berichten über das neue Bad“, sagt Redakteur Christoph Schwartländer. „So illustrieren etwa kongeniale Zeichnungen des ehemaligen Stadtgrafikers Karl Losch eine Zeitleiste, die von der Entdeckung der Solequelle 1874 bis zur Bad-Eröffnung 2019 führt.“

Diese zwölfseitige Image-Zeitung liegt an ausgewählten Orten aus, z. B. im Stadthaus, in der Tourist-Information oder auch zur Eröffnung im Solebad.

Beide Image-Prospekte stehen Interessierten auf der neuen Webseite des Solebades, die am Freitag, 5. April, an den Start geht, kostenlos zum Download bereit.

