

Pressemitteilung

25 Jahre Kinderkommunikation – AOK-Kindermagazin *jojo* feiert Geburtstag.

(Bad Homburg, November 2010) Das AOK-Kindermagazin *jojo* feiert 2010 seinen 25. Geburtstag. Was als Kinderseite im AOK-Magazin *Bleibgesund* 1985 begann, wurde kurz darauf von der wdv-Gruppe zum eigenständigen AOK-Kindermagazin *jojo* weiterentwickelt – eines der ersten Kundenmagazine für die Kunden von morgen. Gestartet ist *jojo* Mitte der 80er-Jahre mit einer Auflage von 85.000 Heften. Heute weist es mit 541.000 Exemplaren eine doppelt so hohe Auflage wie Geolino oder Micky Maus auf. Es erscheint sechsmal jährlich und wird dem personalisierten *Bleibgesund*-Magazin beigelegt.

Bei den kindgerecht aufbereiteten Gesundheitsinformationen setzt die wdv-Gruppe gemeinsam mit der AOK auf eine kontinuierliche Kommunikation, die über das Printprodukt hinausgeht. Im crossmedial verzahnten Kommunikationskonzept des *Bleibgesund*-Systems ist *jojo* der zentrale Baustein einer Kommunikation für mitversicherte Kinder, die viele Kanäle bedient: Internet (www.jolinchen.de), Aktionsmedien, Dialogkommunikation, Schulaktionen, Spiele, Bücher, CD-ROMS und Events.

Das AOK-Versichertenmagazin für Kinder im Alter zwischen 8 und 12 Jahren steht seit fünf Kinder-Generationen für spielerisch kindgerechte Gesundheitserziehung. Es vermittelt seinen jungen Lesern über Spiele, Rätsel, Comics, kleine Geschichten und Reportagen was sie tun können, um gesund zu bleiben, und beantwortet Fragen rund um ihre Lebenswelt: Was macht eigentlich ein Familientherapeut? Ist Döner oder Currywurst gesünder? Wie schütze ich mich vor Cyber-Mobbing? Oder: Wie lebt es sich in einer Patchwork-Familie?

Um der AOK speziell für die Kinder ein Gesicht zu verleihen, hat die wdv-Gruppe das kleine Drachenkind Jolinchen entwickelt, das im Laufe der Jahre zur Identifikationsfigur wurde. Es tritt sowohl im Magazin, als auch auf der seit zehn Jahren existierenden jolinchen.de als Comic-Figur auf und ist auf AOK-Veranstaltungen seit vielen Jahren sogar „persönlich“ dabei. So half es den Schülern auch tatkräftig beim Pflanzen der von der AOK verlostten Apfelbäume für die Schulhöfe. Die Kinder wenden sich mit 3.000 bis 5.000 Einsendungen pro *jojo*-Ausgabe direkt an Jolinchen und jedes Kind erhält eine Antwort. Bei ernststen Problemen werden Psychologen, Ärzte oder andere Fachleute eingeschaltet.

Zusatzangebot:

Bei Interesse können Sie ein Beispiel-Exemplar des Kindermagazins *jojo* unter info@wdv.de bestellen.

Die wdv-Gruppe ist mit rund 300 Mitarbeitern der führende Corporate Publisher in Deutschland. Mit einem Netzwerk von über 150 Fachredakteuren und Autoren entwickelt das Unternehmen crossmedial hochwertige zielgruppen- und branchenspezifische Medien für die Kundenkommunikation, u. a. in den Bereichen Gesundheit, Altersvorsorge, Touristik, Automobil und Finanzen. Die wdv-Gruppe greift dabei auf sechs Jahrzehnte Erfahrung als Kommunikations- und Medienhaus zurück. Neben einer jährlichen Gesamtauflage von ca. 120 Mio. periodischen Printmedien realisiert und publiziert das Unternehmen kanalübergreifend crossmediale Konzepte und Medien wie Online-Portale, Websites, Newsletter, Mailings, bis hin zu begleitenden Events, Mobile Marketing, Web-TV oder TV-Kooperationen. Zu den Kunden zählen u. a. Unternehmen und Organisationen wie die AOK, Bioland, CortalConsors, Daimler, die Deutsche Rentenversicherung, DocMorris, Roche Diagnostics oder TUI Deutschland.

Kontakt:

wdv Gesellschaft für Medien & Kommunikation mbH & Co. OHG
Siemensstraße 6
61352 Bad Homburg v.d.H.
Fon: 06172 / 670 -0
Fax: 06172 / 670 -144
www.wdv.de

Dorothee Finé
Leiterin wdv Unternehmenskommunikation
Durchwahl: -133
info@wdv.de

Gabriele Wolff-Starck
Chefredakteurin jojo
Durchwahl: - 365
Mail: g.wolff-starck@wdv.de