

„KURIER-MEDICO“

Special für
Gesunde Kinder

WIEN. „Was hilft Babys bei Schlafproblemen?“, „Wann muss ein Kind zum Arzt, und welche Beschwerden müssen abgeklärt werden?“, „Wie nimmt man Kindern die Schulangst?“ Seit dem 19. September können Eltern die Antworten auf diese und viele andere Fragen im neuen *Kurier-Medico* lesen. Unter der Leitung von Anja Gerevini geht das Premium-Gesundheitsmagazin dem Themenschwerpunkt Pädiatrie auf den Grund. *Kurier-Medienhaus* Geschäftsführer Thomas Kralinger: „Als innovatives Medienhaus sehen wir es als unsere Aufgabe, Eltern mit fundierten Berichten und Recherchen zum Thema Kindergesundheit zu unterstützen.“



Der *Kurier* bietet 100 Seiten Gesundheitsinformation um 4,90 €.

© kurvenkratzer.at (4)

**Kampagne**

Patienten und Betroffene sprechen über ihre Erfahrungen mit der Krebserkrankung. #talkaboutcancer ist eine starke Awarenesskampagne.

Laut über Krebs sprechen

Bei der Awarenesskampagne #talkaboutcancer steht die Perspektive Betroffener und Angehöriger im Fokus.

••• Von Georg Sander

WIEN. „Wir sprechen über Krebs. Laut“, erklärt Martina Hagspiel, Gründerin des Vereins „Kurvenkratzer – InfluCancer“. Mit dem Portal kurvenkratzer.at und mittels der Kampagne #talkaboutcancer soll das erreicht werden. Hagspiel war selbst vor einigen Jahren mit einer Krebsdiagnose und dem weiteren Behandlungsverlauf konfrontiert. Es sollen Geschichten

gesammelt werden, Erfahrungen geschildert und die emotionalen Aspekte der Erkrankung aufgezeigt werden.

Patienten für Patienten

„Bei uns beantworten Patienten, deren Angehörige und medizinisches Personal in kurzen Videos je sechs bis neun Fragen. Unsere Interviewpartner erzählen dabei von ihren Erfahrungen, Sichtweisen, ihren Ressourcen und Lösungsideen“, führt Hagspiel

aus. Die Initiative „Kurvenkratzer – InfluCancer“ wird über Medienpartner im Rahmen einer groß angelegten Awareness-Kampagne im Wettbewerb von über 500.000 € vermarktet.

Im Beirat sind Richard Maurerlechner (*weekend Magazin*), Paul Leitenmüller (Opinion Leaders Network), Gebhard Augendopler (ecoduna AG), Bernd Bartosek (Bartosek Projektbetreuung), Martina Denich-Kobula und Ulrich Müller-Uri.



Das Selfapy-Team freut sich über den Riesenetat beim SevenVentures Pitch Day.

Sagenhafter Etat für Selfapy

Das Therapie Start-up räumt bei der dmexco ab.

KÖLN. Drei Millionen Euro – diesen großen Werbeetat gab es beim SevenVentures Pitch Day im Rahmen der dmexco zu gewinnen. In zwei Runden konnte sich Selfapy, der Anbieter von Online-Therapie-Kursen, gegen Vamo, Edamama und Caroobi durchsetzen. Das Berliner Start-up überzeugte die Jury bestehend aus Astrid Teckentrup (Procter & Gamble), dem Ex-

Tennisprofi Micheal Stich, und SevenVentures-Gründer Florian Pauthner.

Die Investmentsumme vergab der der Investment-Arm der ProSiebenSat.1-Gruppe Die Selfapy-Gründerinnen Nora Blum, Kati Bermbach und Farina Schurzfeld sind überglücklich: „Wir sind überwältigt von dem positiven Feedback und dem Riesenetat.“