

# Verantwortung

Die Initiative für Nachhaltigkeit, CSR  
und innovatives Wachstum

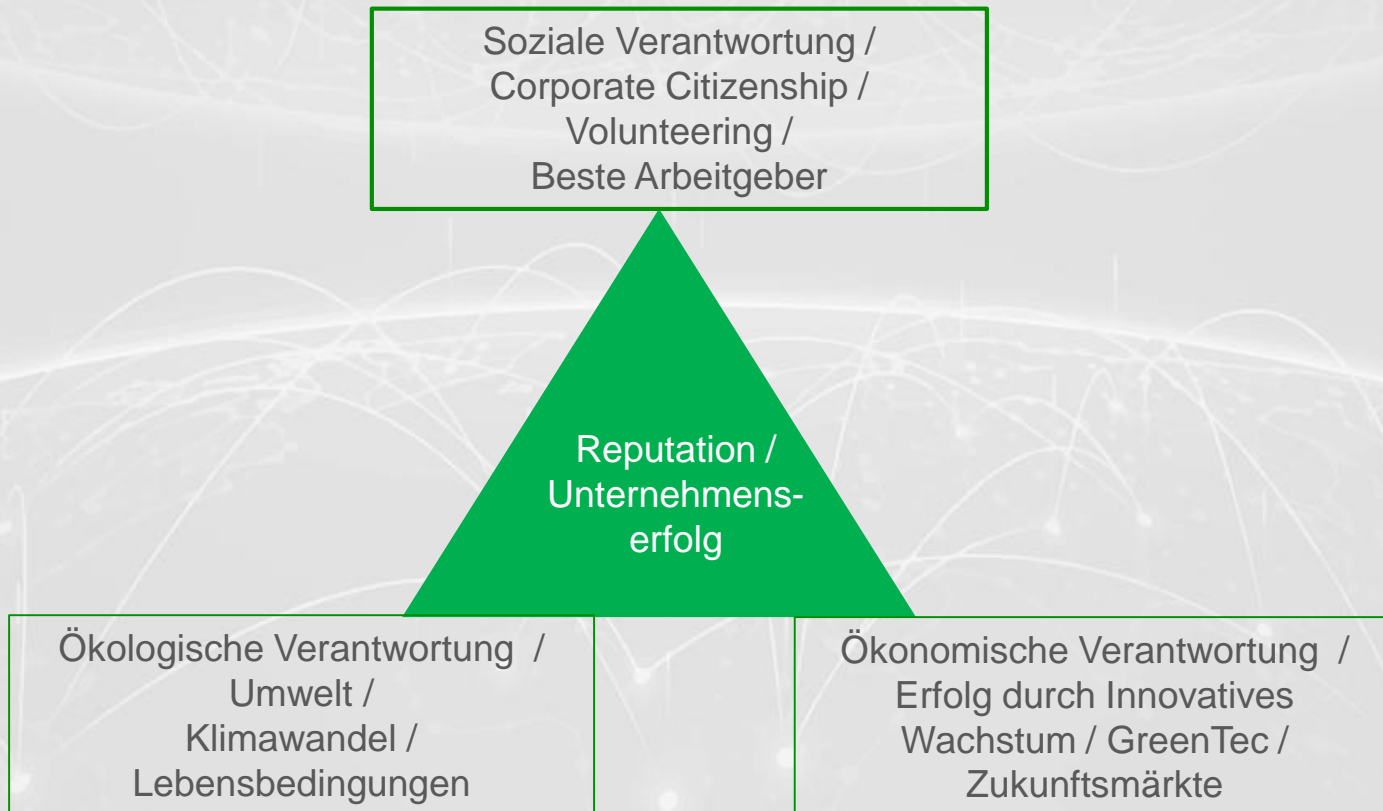
2019

F.A.Z.-INSTITUT

Frankfurter Allgemeine  
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

## Inhaltliche Ausrichtung

Die Initiative „Verantwortung“ wird ab Januar 2019 als ganzheitliches CSR-Projekt im F.A.Z.-Institut ausgebaut. Es befasst sich mit der Verantwortung von Unternehmen für Umwelt und Gesellschaft. Die Themenauswahl orientiert sich an folgenden Eckparametern:



## Inhaltliche Ziele

Inhaltliches Ziel ist es, Herausforderungen und Chancen globaler Zukunftstrends und Megathemen sowie die damit verbundene Verantwortung von Unternehmen ganzheitlich und auf höchstem Qualitätsniveau anzusprechen. Das Projekt „Verantwortung“ soll

- wichtige Aufgabenfelder für verantwortungsvolles, unternehmerisches Handeln identifizieren;
- erfolgreiche Strategien und Projekte auf höchstem Management-Level diskutieren;
- Leitsätze und Aufgabenstellungen für die Zukunft formulieren;
- die Vorreiterrolle führender Unternehmen dokumentieren;
- andere Unternehmen und Organisationen zum „Mitmachen“/„Nachahmen“ motivieren.

## Inhaltliche Ausrichtung

Die inhaltliche Ausrichtung soll

- frühzeitig die Herausforderungen und Chancen von globalen Zukunftstrends und Megathemen aufzeigen und die damit verbundene Verantwortung beschreiben;
- deutlich machen, dass nachhaltiges und verantwortungsvolles Handeln kein Widerspruch zu unternehmerischem Erfolg ist;
- demonstrieren, dass die Beschäftigung mit Megatrends neue geschäftliche Chancen aufzeigen kann, die den Ansprüchen einer zukünftigen Gesellschaft genügen;
- an erfolgreichen Beispielprojekten demonstrieren, dass „Verantwortung“ bereits heute erfolgreiche Unternehmenspraxis ist (Best-Practice)
- andere motivieren, die Chancen zu erkennen und ebenfalls anzugehen;
- ein Forum für Top-Manager sowie führende Persönlichkeiten aus Politik und Gesellschaft sein;

### Themenakzentuierung

Vor diesem Hintergrund behandelt das Projekt ein breites internationales Themenfeld. Beispiele:

1. Corporate Governance / Management und Führung
2. Umwelt / Klima / CO<sub>2</sub>-Verbrauch / Ressourceneinsatz / Rohstoffgewinnung –und einsatz
3. Gesellschaftliche Rolle des Unternehmens / Corporate Citizenship
4. Innovationsführerschaft / Green Technologies / Produktionsprozesse / Produktmerkmale / Zulieferketten / Rohstoffeinsatz
5. Corporate Culture / Unternehmenskultur / Mitarbeiterführung / Entlohnungssysteme / Vorschlagsmanagement
6. Unternehmenskommunikation / Reputationsmanagement / Branding
7. Globale Herausforderungen durch demografischen Wandel
8. Gesundheit / Internationale Armutsbekämpfung
9. Megacities / Smart cities / Verstädterung etc.

## Zielgruppen

Das Projekt „Verantwortung“ ist ein großes CSR-Netzwerk und verbindet mehrere tausend Entscheider aus folgenden Bereichen:

### Verantwortliche in Unternehmen

- Vorstände / Geschäftsführer / Eigentümer
- Projektverantwortliche / Praktiker
- Kommunikationsverantwortliche / CSR-Manager

### Verantwortliche außerhalb von Unternehmen

- Vertreter aus Politik, Wissenschaft, NGOs und Gesellschaft
- Nachwuchsführungskräfte aus der Industrie
- sowie Multiplikatoren / Journalisten / Influencer

## Einzelaktivitäten

1. Magazin

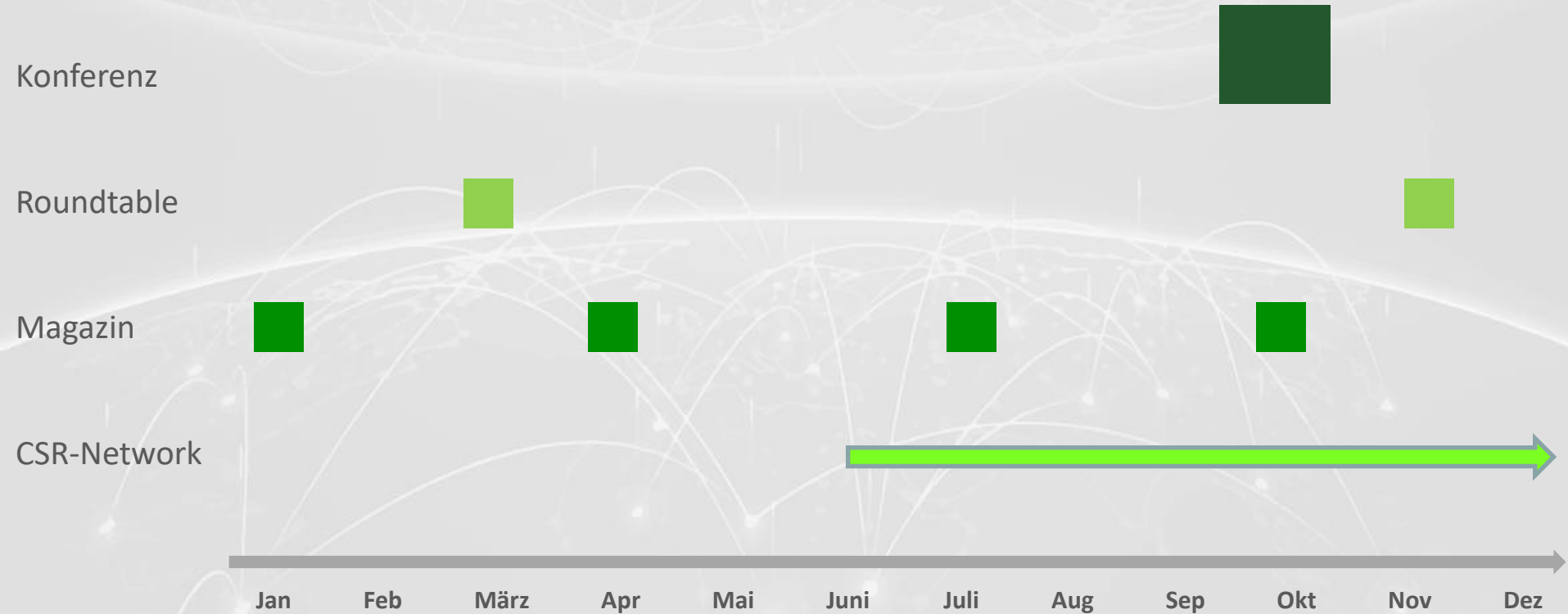
2. Konferenz

3. Roundtables

4. Digitales CSR-Network

## Aktivitäten 2019

Das Programm der Initiative „Verantwortung“ besteht in 2019 aus mehreren, aufeinander abgestimmten Aktivitäten, die sich über das ganze Jahr verteilen. Das bereits aktive Netzwerk für die Zielgruppe wird ausgebaut („CSR-Club“).





## 1. Das Magazin

Titel: „Verantwortung“

Das Magazin für Nachhaltigkeit, CSR und innovatives Wachstum

Erscheinungsweise: vierteljährlich (im Wechsel Print und online)

Ausstattung:

- hochwertiges Printmagazin
- elektronisches E-Magazin
- ästhetisch ansprechende Optik / Grafik
- hoher Wiedererkennungswert

Umfang: Print 36 Seiten; Umfang E-Magazin nach Nachrichtenlage

## 1. Das Magazin

### Autorenkonzept

- Ein Konzept mit **externen Autoren** prägt das Magazin „Verantwortung“. Hier werden sich führende Köpfe aus Unternehmen, Politik, NGOs und Gesellschaft zu aktuellen und künftigen Entwicklungen äußern.
- Es wird Wert auf Hochkarätigkeit und Prominenz gelegt, um gegenüber Strategischen Partnern die Bedeutung des Magazins in relevanten Zielgruppen zu unterstreichen.
- Themenplanung, Ansprache von Autoren, Interviews, Redigieren und Gestaltung werden von der Redaktion übernommen.
- Strategische Partner erhalten – nach sorgsamer Prüfung durch die Redaktion – bevorzugte Autorenschaften.
- Gewünscht ist außerdem, dass sich die Strategischen Partner mit Hilfe ihrer Netzwerke auch aktiv an der Akquise hochrangiger nationaler und internationaler Autoren beteiligen.
- Alle externen Beiträge stehen unter „Redaktionsvorbehalt“, d.h. in allen Fragen haben Redaktion und Herausgeber das letzte Wort über eine Veröffentlichung.

## 1. Das Magazin

### Schwerpunktt Themen 2019

Für das Jahr 2019 werden vier Schwerpunktt Themen festgelegt:

1. E-Mobility / Mobilität der Zukunft
2. Digitalisierung und Verantwortung
3. Responsible Brands (im Zusammenspiel mit dem 13. Deutschen Marken-Summit)
4. Green Technologies

## 2. Die Konferenz

Die Konferenz des Projektes „Verantwortung“ behandelt **im Herbst 2019** das Thema „**Responsible Brands**“. Sie findet unter der Marke des traditionsreichen und renommierten „**Deutschen Marken-Summit**“ statt, der seit 13 Jahren von der F.A.Z.-Gruppe veranstaltet wird.

Das Programm entsteht in enger Zusammenarbeit mit den Mitveranstaltern, Partnern und Sponsoren von „Verantwortung“.

Beim „Deutschen Marken-Summit“ kommen in jedem Jahr über 300 Entscheider in Frankfurt zusammen. Er ist nach Aussage zahlreicher Branchenvertreter die hochkarätigste Veranstaltung in diesem Segment in Deutschland.

Zwei Videofilme geben Einblick in die beiden Konferenztage des vergangenen Jahres. Sie sind unter [www.marken-summit.de](http://www.marken-summit.de) zu sehen. Darüber hinaus dokumentiert eine umfangreiche Projektdokumentation die wichtigsten Vermarktungs- und Positionierungsaktivitäten.

Für das Frühjahr 2020 ist eine große internationale Konferenz geplant. Anfang 2019 wird der Kreis der 5 Mitveranstalter zusammengestellt.

## 3. Die Roundtables

Neben der Konferenz und dem Magazin bietet die Initiative im Jahre 2019 mindestens zwei Roundtables für Experten aus der Fachzielgruppe an.

Die Roundtables finden im Redaktionsgebäude der Frankfurter Allgemeinen Zeitung statt. Es werden jeweils ca. 30-40 Experten und Entscheider aus der Zielgruppe erwartet. Der Ablauf folgt einem bewährten Muster: Begrüßung, 2 Vorträge, Diskussion, Networking.

Dauer: 17 – 20.30 Uhr

Auf Wunsch einzelner Sponsoren können weitere Roundtables auch in anderen Städten gemeinsam entwickelt und durchgeführt werden.

Auch das Programm der Roundtables entsteht in enger Zusammenarbeit mit den Mitveranstaltern, Partnern und Sponsoren von „Verantwortung“.

## 4. Digitale Plattform

Neben der Konferenz, dem Magazin und den Roundtables baut das F.A.Z.-Institut eine App-basierte Plattform für die Zielgruppe auf. Beginn ist Sommer 2019.

Hier erhalten die Teilnehmer die Möglichkeit, sich auch auf direktem Wege über wichtige Entwicklungen auszutauschen, zu diskutieren und auch gegenseitig zu vernetzen.

Das Konzept basiert auf den Wünschen der Teilnehmer und entsteht in enger Zusammenarbeit mit den Sponsoren von „Verantwortung“.

### Finanzierung / Partnerpakete

„Verantwortung“ finanziert sich im Wesentlichen über die Sponsoring-Beiträge interessierter Partner sowie Anzeigenschaltungen. Das Standardpaket für eine Strategische Partnerschaft beim Projekt „Verantwortung“ umfasst folgende Leistungen:

1. Magazin: Vorschlagsrecht für redaktionellen Input / Interview; Anzeigen
2. Konferenz „Responsible Brands“: 3 mögliche Partnerpakete (preislich gestaffelt)
3. Roundtables: Einbindung in einen Roundtable (z.B. als Referent bzw. auf dem Podium)
4. (Logo-) Präsenz auf der Homepage sowie in allen Marketingunterlagen des Projektes  
weiteres to be discussed

Kosten: Individuell nach Ausgestaltung

## Finanzierung / Partnerpakete

### Einzelkomponenten:

		Listen-/Einzelpreise	Paketpreise
<b>Magazin:</b>	Anzeigen *	4.900	15.000 (4 Anzeigen)
<b>Konferenz (alternativ):</b>	Mitveranstalter	27.000	
	Partner	14.000	
	Supporter	6.500	
	Leistungspakete siehe Partnerprogramm „Deutscher Marken-Summit“		
<b>Roundtable:</b>	Vortrag, Mitveranstalter	8.000	14.000 (2 Roundtables)
<b>Digitale Plattform/Homepage</b>		2.000	

Bei Buchung mehrerer Komponenten: sprechen Sie mit uns über einen Paketrabatt.

### **Beispiel: Strategische Partnerschaft (all inclusive/Top-Level) 39.000 €**

(inkl. All-Marketing-Paket mit Präsenz auf allen Unterlagen, u.a. in F.A.Z., Horizont sowie weiteren Magazinen der F.A.Z.-Gruppe)

Detailinformationen finden Sie in den Unterlagen der Einzelkomponenten (Mediadaten, Partnerprogramm, Roundtablekonzepte)

Sprechen Sie uns an !

\* Anzeigen sind kombinierbar mit Anzeigen im Magazin „>kommunikationsmanager“



## F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH

Dr. Gero Kalt / Geschäftsführer

Ansprechpartner:

Katharina Kröner / Projektmanagerin

[k.kroener@faz-institut.de](mailto:k.kroener@faz-institut.de)

Telefon: (069) 75 91-30 83

Angela Markovic / Leiterin Marketing

[a.markovic@faz-institut.de](mailto:a.markovic@faz-institut.de)

Telefon: (069) 75 91-11 33

Frankenallee 68–72

60327 Frankfurt am Main

[www.faz-institut.de](http://www.faz-institut.de)

[info@faz-institut.de](mailto:info@faz-institut.de)