

GEO Future Hub

Nachhaltigkeit auf allen Kanälen





GEO FUTURE HUB – Nachhaltigkeit pur auf allen Kanälen!



GEO macht sich auf den Weg DIE mediale **Instanz für Nachhaltigkeit** zu werden. In 2021 wurde dafür ein Expertenteam aus Redakteur*innen aufgebaut, das sich ausschließlich auf das Thema fokussiert. Ab 2022 wird GEO dann sogar klimaneutral produziert. Wir bieten Kunden an sich genau in diesem Kosmos zu positionieren und das **über alle Kanäle**.

Buchbare Bausteine* im GEO FUTURE HUB:

- GEO Print – 1/1 neben „Grüne Wiese“ (Nachhaltigkeitskolumne)
- GEO Digital – Micro Content Special
- GEO Podcast – Wer wird Visionär? NEU!
- GEO Event – Tag der Natur am 12/13.06.21

Wirkungs-Booster:

- First Mover (Das 360 Grad-Paket bei GEO)
- xmediale Umsetzung
- hohe Glaubwürdigkeit durch Nachhaltigkeitsspezialist GEO

Bei Buchung bis 31.05. 10% Crossmedia-Rabatt*

* individuelle Angebote auf Anfrage, der 10% Crossmedia-Rabatt bezieht sich auf die Buchung eines Print + Digital Bausteins und gilt bis 31.05. – rabattnehmend und rabattbildend im Sinne von JV





GEO FUTURE HUB – Nachhaltigkeit pur auf allen Kanälen!



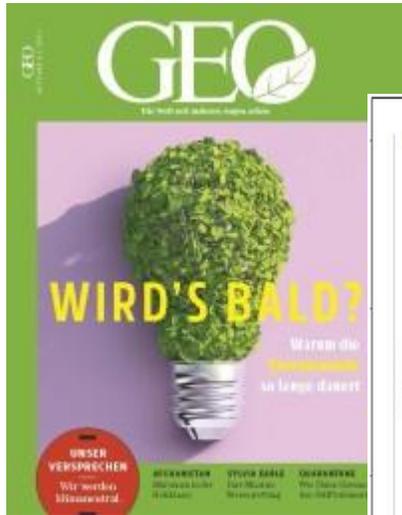
Angebotsname	GEO Future Hub - Nachhaltigkeit auf allen Kanälen
Elevator Pitch & USP	GEO ist auf dem Weg DIE mediale Instanz für Nachhaltigkeit zu werden. Das GEO Future Hub vereint Print, Digital, Event und den neuen GEO Podcast – kombinierte Bausteine auf allen Kanälen in einem glaubwürdigen Umfeld.
Effekt / Resultat	Die vielfältigen Angebote der Marke GEO machen die Guten laut und transportieren Ihre nachhaltigen Kommunikationsthemen crossmedial, nativ und aufmerksamkeitsstark in die relevanten Zielgruppen.
Branche & Zielkunden	für alle Kampagnen, in denen nachhaltige Produkte und Dienstleistungen im Fokus stehen.
Gattung & Werbeträger	GEO: Print, Digital, Podcast, Event
Pricing & Konditionen	Kosten kanalindividuell, bei Buchung von Print und Digital 10% Crossmedia-Rabatt*
Laufzeit	Crossmedia-Rabatt gilt bei Buchung bis 31.05.2021, sonst individuell (z.B. Sonderheft EVT am 23.04. / GEO Event Tag der Natur im Juni 2021)

individuelle Angebote auf Anfrage, der 10% Crossmedia-Rabatt bezieht sich auf die Buchung eines Print + Digital Bausteins und gilt bis 31.05.
– rabattnehmend und rabattbildend im Sinne von JV





Grüne Wiese – die neue Nachhaltigkeitskolumne in GEO



NEU ab GEO Ausgabe 3/21 die Nachhaltigkeitsrubrik **GRÜNE WIESE!**
 Mitglieder des **neu gegründeten GEO Expertenbeirats** (Dr. Wolfgang Gründinger (Sozialforscher), Antje Boetius (Leiterin AWI), Paul Bethke (Lemonaid)) wechseln sich darin mit der GEO Ressortleiterin für Nachhaltigkeit, Katharina Schmitz, ab.



PRINT

Reichweite	2,47 Mio. (AWA 2020)
verkaufte Auflage	167.401 (IVW 4/20)
Erscheinungsweise	monatlich
Preis 1/1 Seite 2021	43.400,- €
Copypreis	8,50 €

Produktbeschreibung Micro Content Special



Brigitte Aktuell Mode Beauty Rezepte Gesundheit Familie Leben Vergessen Horoskop

präsentiert von **LOGO**

SCHLAF
Zu heiß? So schläft ihr auch in Sommernächten gut

1. Schotten dichtmachen
Haltet euer Schlafzimmer so kühl wie möglich, indem ihr die Jalousien der Fenster, Vorhänge oder Jalousien geschlossen lasst – das gilt auch, wenn die Sonne nicht direkt ins Zimmer scheint. Ein Lichtschutz außen vor dem Fenster hält das Zimmer deutlich kühler als Gardinen oder Vorhänge. Das abends sofort ihr alle Fenster öffnen und den Raum mit Durchzug kühlen.

2. Nächtliche Frischluft nutzen
Wenn ihr nicht gerade an einer Hauptstraße wohnt, lasst eure Schlafzimmerfenster über Nacht geöffnet (nicht nur gekippt). Frische Luft und ein weicher Windzug können Wunder wirken. Lässt ihr auch die Tür geöffnet, kann die Luft zirkulieren. Auch ein Ventilator kann angenehm sein – zumindest, wenn auch das Sturzen des Deckens nicht sein. Falls euch gerät zu Ohren, schaltet es aus, das weckt Ventilator (2) nach Ventilator (2) zu vermeiden, sonst fängt ihr auch...

3. Leichte Stoffe wählen
Bezieht im Sommer Decke und Kopfkissen mit Jersey-, Frottee-, Bambus- oder Seiden- oder Baumwoll-Decken – diese Materialien sind leicht, atmungsaktiv und wirken entspannend. Auch Leinen oder Baumwolle haben einen kühlenden Effekt. Alternativ könnt ihr auch komplett auf die Bettdecke verzichten und auch nur mit dem...

T H E B R A N D

Beim Micro Content Special wird ein **Thema gemeinsam definiert und geschaffen**. Der redaktionelle Inhalt* und der Kundeninhalt werden **aufeinander abgestimmt**.

Die Einbindung des Kundeninhalts erfolgt im **Layout und in der Tonalität** der gebuchten Medienmarke. Er wird unmittelbar innerhalb des redaktionellen Artikels eingebettet und findet damit im Lesefluss statt.

Die Umsetzung des Micro Content Specials erfolgt **xDigital**.

Der Kundeninhalt wird von den **Content Experten** der Ad Alliance erstellt und vor dem Start mit dem Kunden abgestimmt.**

beispielhafte Visualisierung – Layout variiert je nach gebuchter Marke *der redaktionelle Content ist unantastbar

**Wir behalten uns vor, im Sinne einer ganzheitlichen Kampagnen-Optimierung Inhalte und Teaser während der Kampagne anzupassen.



Integrationstiefe des Kunden im Micro Content Special



Thema für das Micro Content Special wird mit dem Kunden gemeinsam abgestimmt*

Kundeninhalt auf Augenhöhe: Gleichberechtigte Darstellung des Kundeninhalts im Look & Feel des redaktionellen Inhalts der gebuchten Medienmarke

Brigitte | Artikel | Mode | Beauty | Rezepte | Ökologie | Liebe | Familie | Linsen | Vergessen | Mensch

präsentiert von **LOGO**

SCHLAF
Zu heiß? So schlaft ihr auch in Sommernächten gut

© Shutterstock - Design / Shutterstock

von Marie Perle
Illustration: Marie Perle

Decke weg, Fenster auf, zum Wasserhahn laufen. In Sommernächten hindern uns Hitze und stehende Luft oft am Schlafen. Diese Tipps helfen gegen das ewige Herumwälzen.

1. Schotten dichtmachen
Halbt eure Schlafzimmer so kühl wie möglich, indem ihr tagsüber die Fenster, Vorhänge oder Jalousien geschlossen lasst – das gilt auch, wenn die Sonne nicht direkt ins Zimmer scheint. Ein Lichtschalter außen **am Fenster** hält dabei das Zimmer deutlich kühler als Öldrinnen oder ein Lamellen-Balk. Erst abends solltet ihr alle Fenster öffnen und den Raum mit Durchzug kühlen.

2. Nächtliche Frischluft nutzen
Wenn ihr nicht gerade an einer Hauptstraße wohnt, lasst eure Sommerfenster über Nacht geöffnet, damit nur gekühlte, frische Luft und ein leichter Windzug können Wunder wirken. Lässt ihr auch die Tür geöffnet, kann die Luft zirkulieren. Auch ein Ventilator kann insgesamt sein – zumindest, wenn auch das Zimmer das Geruch nicht stört. Falls doch, greift zu Chlorophyll. Achtet darauf, dass wieder Fenster (2) nach Ventilator Zugluft verursachen, sonst tragt ihr auch

Anzeige

3. Leichte Stoffe wählen
Doppelt im Sommer Decke und Kopfkissen mit Jersey, Poptex, Renforcé- oder Seersucker-Bettwäsche – diese Materialien sind leicht, atmungsaktiv und wirken klimaregulierend. Auch Leinen oder Naturwolle haben einen kühlenden Effekt. Alternativ könnt ihr auch komplett auf die Bettdecke verzichten und auch nur mit dem

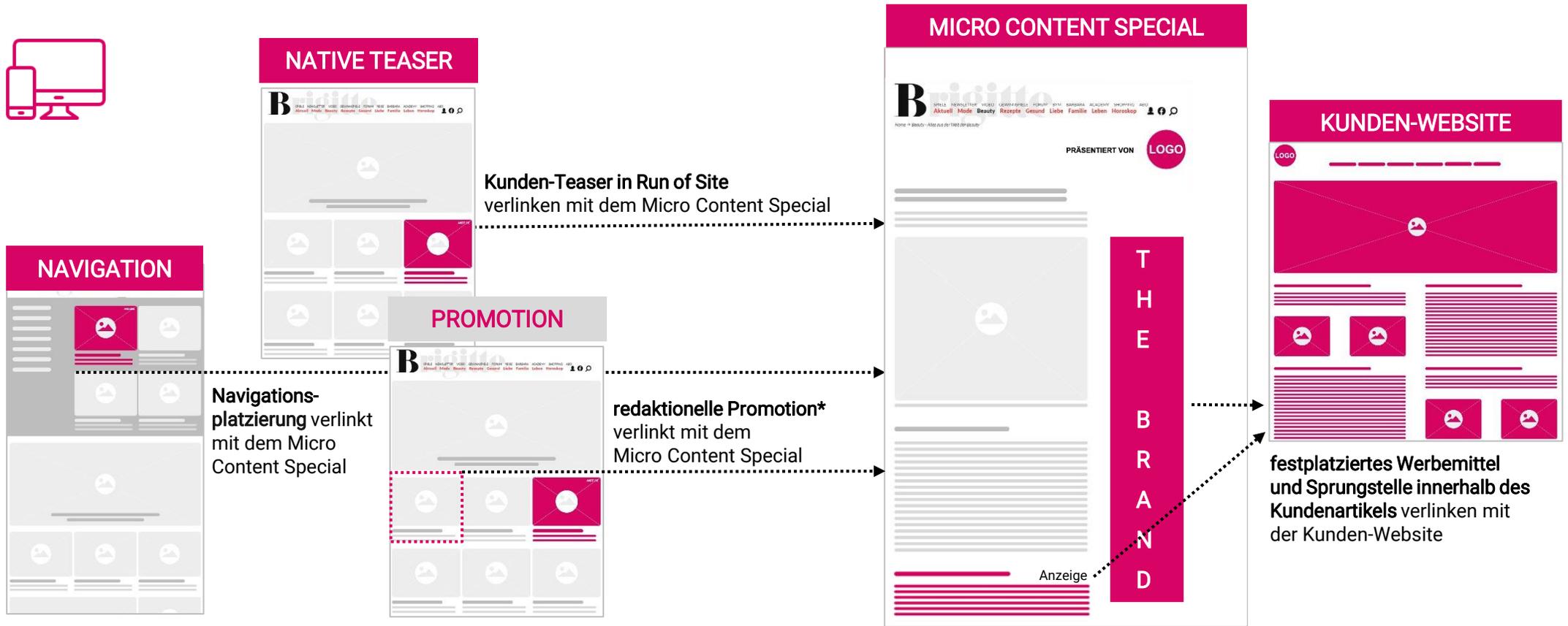
Presenter mit Logo-Platzierung für zusätzliches Branding

exklusives Sponsoring des Kunden durch ein fest-platziertes Werbemittel im Special

Mit offenem Visier: Für eine hohe User-Akzeptanz wird der Kundeninhalt mit „Anzeige“ gekennzeichnet



Aufbau und Mechanik – werbliche Traffic Driver



beispielhafte Visualisierung – Layout variiert je nach gebuchter Marke
 *redaktionelle Promotion obliegt in Art und Umfang der Redaktion

Micro Content Special auf GEO.de

Produkt & Leistungen im Detail

1 redaktioneller Inhalt*
redaktionelle Promotion

1 integrierter Kundeneinhalt mit max. 1.000 Zeichen

festplatziertes Werbemittel (sticky Skyscraper)
Native Teaser Bundle + Kundenlogo**

Presentership („präsentiert von“ + Logo)
Navigationsplatzierung
Kampagnenbetreuung und Reporting

Vorlaufzeit & Laufzeit

Vorlaufzeit:
15 Werktage mit Full Service

Laufzeit:
ab 4 Wochen

Leistungserbringer

Erstellung durch Redaktion
nach Ermessen der Redaktion

Erstellung durch Creation-Unit
der Ad Alliance

Erstellung durch Vermarkter

Medialeistung

ab 13.000 Views*** für
das Micro Content Special

ab 1.500.000 AI***
Native Teaser Bundle in RoS



AE-Netto Einzelpreise

AE-Netto Mediakosten	ab 20.000 €
AE-Netto Kreationskosten****	3.400 €
AE-Netto Summe	ab 23.400 €

*Themenfreigabe durch Redaktion erforderlich; Umsetzung einer Content-Integration des Kunden, optional mit integrierter Verlinkung auf dessen Website. Zur Auswahl stehen die Content-Typen: Artikel, Bild, Bildergalerie (max. 10 Bilder) und Video. **Anlieferung durch den Kunden. ***Leistungen werden individuell für Sie berechnet. Zur Erreichung der View-Garantie behalten wir uns den Einsatz von externen Traffic Drivern vor. ****Das Content Special wird im Rahmen unserer Full Service Leistung umgesetzt. Kreationskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig. 1 Korrekturschleife ist inbegriffen.

EVENT: GEO TAG DER NATUR



Juni 2021
deutschland-
weit



Die Natur vor der Haustür mit anderen Augen sehen

Wir bringen unterschiedliche Menschen zusammen, ob Experte oder Einsteiger: Alle können Arten bestimmen, etwas voneinander lernen und so die Natur mit anderen Augen sehen.

Wir feiern ein Festival für die Natur. Wir wollen Menschen begeistern. Der GEO-Tag der Natur ist die größte Aktion zum Thema Artenvielfalt und Artenschutz in Europa und das seit 1999.



B2C / B2B



Teilnehmer: in 2019 über 15.000 Teilnehmer*innen beim deutschlandweiten Aktionstag



Bisherige Sponsoren / Partner: Deutsche Bahn, DDA, Bento Lab

Kosten und Integrationsmöglichkeiten auf Anfrage

Ein Blick zurück auf 2019: redaktionelle Berichterstattung

Titelgeschichte in GEO



WEREN HIER, DENN ICH DENKE, ich schreie an einem sonnigen Herbstnachmittag meinen Dank aus. Denn dieser Tag ist ein Tag der Natur, der mich inspiriert hat, mich für die Natur zu engagieren. Ich bin ein Mensch, der die Natur liebt und die Natur zu schützen möchte. Ich bin ein Mensch, der die Natur liebt und die Natur zu schützen möchte. Ich bin ein Mensch, der die Natur liebt und die Natur zu schützen möchte.

BERLINER LEBEN HAT BEI der Natur ein besonderes Verhältnis. In der Hauptstadt der Bundesrepublik ist die Natur ein wichtiger Bestandteil des Lebens. Die Berlinerinnen und Berliner lieben die Natur und wollen sie schützen. Sie wollen die Natur in ihrer Umgebung haben und sie für die Zukunft bewahren. Sie wollen die Natur in ihrer Umgebung haben und sie für die Zukunft bewahren.

Social Media



GEO-Tag der Natur

In ganz Deutschland zeigen wieder Experten mit Naturfreunden bis um 24 Stunden 19 neue Arten wie möglich zu entdecken. Eine Auswahl der Projekte

15x FÜHRT DIE MÖHLENSTADT

WASSERLEBENSLEBEN

WAS HÜFFT UND BRUMMT IN BRODOWEN?

MIT EINER LICHTFALLE

ARTEN INVENTAR

ATP VOGELZAHL

WIR DANKEN ALLEN, DIE TEILGENOMMEN HABEN

Das erste Ziel: Steppengras

ERÖFFNUNG: 1. JUNI BERTELSMANN REPRÄSENTANZ

Welche Veranstaltungen kannst du empfehlen, Katharina Schmitz?



Unser Angebot für den neuen GEO Podcast „Wer wird Visionär?“*

Produkt	Sponsoring verschiedener Elemente der gesamten Staffel des GEO Podcasts
Thema	„Wer wird Visionär? GEO sucht die Nachhaltigste Idee Deutschlands“ – Deutschlands erste Audio Casting Show
Bestandteile und Platzierung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Podcast: host-read Sponsoring (15“, 60“, 15“) ▪ Digital: Sponsoring Elemente bei Podcast Teaser-Inhalten (GEO.de und Social)
Pricing	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media**: Podcast: 20.440 EUR, GEO Digital: 40.000 EUR ▪ zzgl. Fixkosten 20.000 EUR (inkl. Produktion und Preisgeld für den Gewinner)***
Buchungsvorteil	Exklusivität, Integration in die Jury
Laufzeit	8 Wochen, ab März 2021

*Angebot nur nach Rücksprache mit Brand

** Mediakosten sind skonto- und AE-fähig und commitmentbildend im Rahmen etwaiger Vereinbarungen.

*** Produktions- und Fixkosten sind dies alles nicht. Enthalten 2.000 EUR Produktionskosten für host-read Sponsoring.

Wer wird Visionär: GEO sucht die besten Nachhaltigkeitsideen!



Wir suchen in der ersten Audio-Castingshow Deutschlands die beste Idee des Landes aus dem Bereich Nachhaltigkeit, egal ob Start-up, Wissenschaftlerin oder Aktivist. Die beste Idee bekommt vom Partner die Finanzspritze, GEO liefert das Storytelling, die Reichweite und die entsprechende Bühne für den Partner.

	Erscheinungsweise:	8 Folgen, ab März 2021 wöchentlich, Wochentag tbd
	Ø Dauer:	tbd
	Verbreitung:	AUDIO NOW, Spotify, Apple Podcast, Deezer
	Zielgruppe:	Erwachsene, 20 – 39 Jahre; Klimaaktivisten, Nachhaltigkeits-, Gesellschaftsinteressierte

Exklusives Sponsoring: Übersicht der Angebotsbestandteile

Inhaltliche Bestandteile*

- Jury-Mitglied
- Alleinstellung als exklusiver Sponsor
- Enge Kooperation bei der Durchführung

Audio Werbemittel

- Sponsoring: Opener, Reminder, Closer
- Individuelle Ausgestaltung der Werbebotschaft
- Als Host-read direkter Bestandteil des Podcasts durch vertraute Stimme des Hosts*

Digitale Werbemittel

- Sponsoring Elemente bei den Podcast Teaser-Inhalten auf GEO.de und Social Media
- Awareness für die Ideen der Visionäre und damit den Podcast schaffen.

GEO und [Kunde] suchen den „Visionär“ mit der besten Idee!



FULL SERVICE
UMSETZUNG



Die Mechanik: Wer wird Visionär?

Ein Podcast als Castingshow

„Vorrunde“

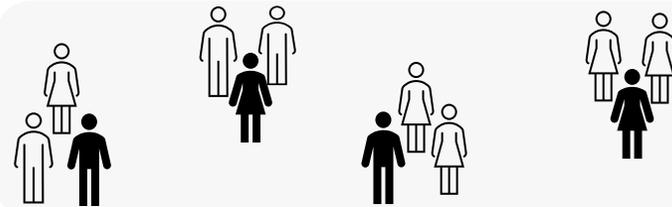
Social-Media Aufruf

Audiopitches

Eine Jury sucht 12 Teilnehmer*innen aus

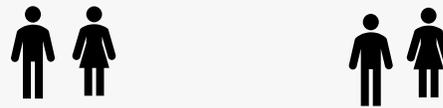
Runde I: Der TedTalk

4 Folgen



Runde II: Der Promiglittergrill

2 Folgen



Runde III: Das Finale

1 Folge



Runde IV: Die Gewinnerfolge



Die Audiopitches von 12 Bewerber*innen werden ausgewählt und in 3 (thematische) Gruppen unterteilt. Eine Jury* nimmt die Bewerbungen auf und diskutiert die Ideen & und kürt pro Gruppe/Folge einen Gewinner. **Der exklusive Sponsor stellt ebenfalls ein Jury-Mitglied.**



Die Gewinner der ersten Folge werden in 2er Gruppen von der Jury und einem Prominenten (denkbar Fynn Kliemann, Nico Rosberg) befragt. Aus beiden Gruppen/Folgen wird ein Gewinner gekürt.



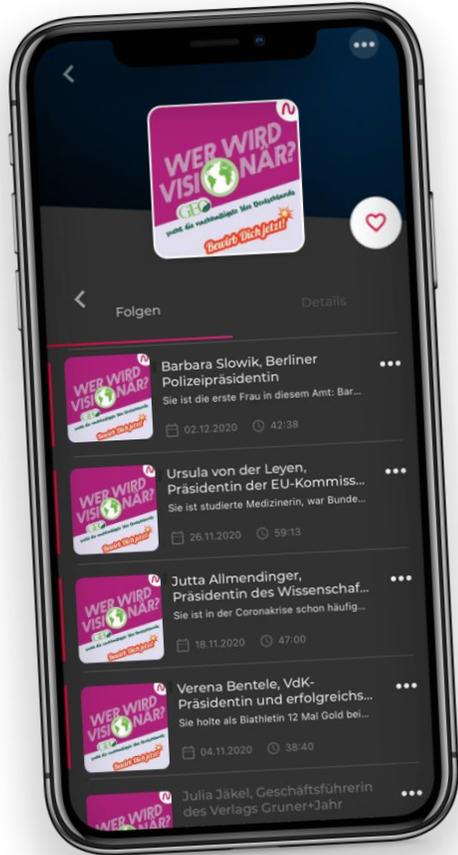
Im Finale treten die beiden Gewinner gegeneinander an und bekommen mehr Raum für die ihre Idee / Vision. Über ein Hörer*innen Voting wird der Gewinner aller Ideen gekürt

Der Gewinner bekommt nicht nur ein Preisgeld, sondern die letzte Folge der Staffel allein für sich und seine Idee.**

*Die Redaktion behält die Hoheit in der Jury; ** Preisgeld ist in den Produktionskosten eingerechnet



Aufmerksamkeit garantiert! Die Audio Bestandteile



Umsetzung als Opener UND Closer mit jeweils 15" Länge



Inhaltlicher Ausbau durch Reminder



Ausgestaltung durch den originären Host* des Podcast



Ausgestaltung:

host-read

Opener
UND Reminder
UND Close:

15" + 60" + 15"



Opener

Reminder

Closer

Beispielhafte Visualisierung – finale Visualisierung ist abhängig vom gebuchten Mediapaket

* Vorbehaltlich der Zustimmung des Hosts



Auch digital enge Verzahnung: die Digitale Begleitung auf GEO.de



Um eine möglichst hohe Aufmerksamkeit auf das Projekt zu bekommen - pushen wir die Aktivitäten rund um "Wer wird Visionär" auf den digitalen Kanälen von GEO.de.

Mögliche Einbindung* sind Sponsoring Elemente bei den Podcast Teaser-Inhalten auf GEO.de und Social Elemente**, die Awareness schaffen auf die Ideen der Visionäre und den Podcast.



Zeitraum:

8 Wochen parallel zum Podcast



Wo?:

Auf GEO.de und Social auf Instagram und Facebook

Beispielhafte Visualisierung – finale Visualisierung ist abhängig von gebuchten Mediapaket

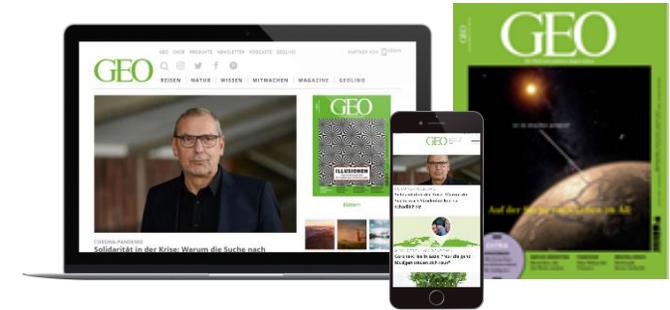
*Gerne entwickeln wir Ihnen ein individuelles Konzept **FB Posts, Insta Stories, etc.



Back-Up Infos GEO 2021

Auf einen Blick

Wissen und Informationen sind heute leicht zugänglich, aber nur jenes Wissen ist bedeutsam, das etwas mit uns macht, das uns weiter bringt. Dafür muss man länger suchen, tiefer recherchieren, opulent bebildern und abschließend unterhaltsam aufschreiben. Das ist die Spezialität von **GEO!**



PRINT

Reichweite	2,47 Mio. (AWA 2020)
verkaufte Auflage	175.662 (IVW III/20)
Erscheinungsweise	monatlich
Preis 1/1 Seite	43.400,- €
Copypreis	8,50 €

DIGITAL

Unique User	2,04 Mio.*
-------------	-------------------

*Quelle: agof daily digital facts 2020-10



Hintergrund: Was hat GEO in 2021 vor? Das GEO Nachhaltigkeitsversprechen

- GEO macht sich **auf den Weg, DIE mediale Instanz für Nachhaltigkeit** zu werden. Wir befinden uns in einer Zeit, in der sich jeder einzelne und jedes Unternehmen fragen muss: Was genau ist mein, was ist unser Beitrag? Welche Rolle spielt mein eigenes Tun im Zusammenspiel zwischen Menschen und Erde. Und an welchen Stellschrauben können wir drehen, damit die Auswirkungen unseres Handels und Wirtschaftens weniger schädlich werden – oder sogar nützlich.
- Schon seit der Gründung im Jahr 1976 steht GEO **wie kaum eine andere Medienmarke für Nachhaltigkeit**. Doch Berichterstattung allein genügt heute nicht mehr. Daher werden wir uns reformieren. Aufrichtig, konsequent und stellen Nachhaltigkeit in den Fokus all unserer Bemühungen. Wir haben ein internes Expertenteam aus Redakteur*innen aufgebaut, das sich vollständig auf das Thema fokussiert. Auf unserem Weg hinterfragen wir auch kritisch unsere Produktionsprozesse und berichten transparent über Erfolge und Fehler.
- Wir wissen, dass viele Unternehmen sich bereits auf den Weg in die Zukunft begeben haben. Doch oft sind die guten noch zu leise. **Wir wollen unsere Stärke nutzen, um sie laut zu machen.**
- Lassen Sie uns einen Teil des Weges gemeinsam im Rahmen einer Partnerschaft gehen!



Kontakt in den Regionen

- Region Nord**
Telefon +49 (0) 40 28 66 86 - 449
Verkaufsbuero.Hamburg@ad-alliance.de
- Region West**
Telefon +49 (0) 211 90 16 8 - 0
Verkaufsbuero.Duesseldorf@ad-alliance.de
- Region Mitte**
Telefon +49 (0) 69 21 93 38 - 0
Verkaufsbuero.Frankfurt@ad-alliance.de
- Region Süd**
Telefon +49 (0) 89 38 01 53 - 0
Verkaufsbuero.Muenchen@ad-alliance.de



Wichtige Hinweise



Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH. Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor, die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.