



BCN

THE
BRAND
COMMUNITY
NETWORK



FOCUS INNER CIRCLE

Das Talk Format

BCN.

FOCUS INNER CIRCLE

Das Talk-Format in Berlin

EXKLUSIVE BEGEGNUNGEN. RELEVANTE THEMEN.

MISSION:

Vorstände aus der Wirtschaft, hochrangige Politiker und prominente Gesprächspartner aus Kultur und Gesellschaft treffen sich auf Einladung der FOCUS Redaktion regelmäßig in Berlin, um in einem exklusiven, hochkarätigen Teilnehmerkreis und attraktivem Rahmen aktuelle, hochrelevante Themen zu diskutieren.

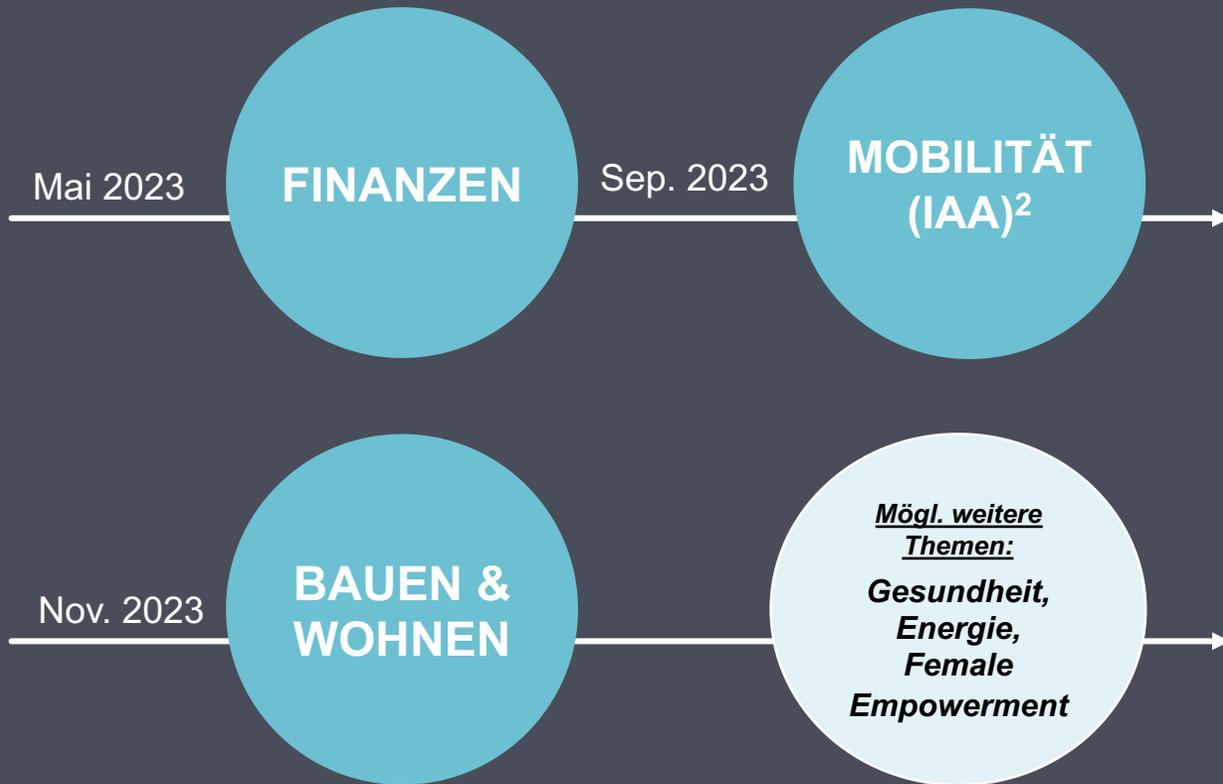
KEYFACTS:

- 3 x im Jahr bzw. Specials zu besonderen Anlässen
- Ausgewählter Gästekreis von ca. 100 Teilnehmer*innen (Invitation only) aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Gesellschaft
- Vorab: Empfang
- Programm: 45-60 minütiger Panel-Talk zu ausgewählten Themen unserer Zeit mit 2-3 Teilnehmern*innen, moderiert von der FOCUS Redaktion
- Im Anschluss: Flying Dinner und Networking



FOCUS INNER CIRCLE

Themenplan 2023¹



¹Themenplan und Timing der Veranstaltungen vorbehaltlich Änderungen der Redaktion aus aktuellem Anlass oder auch auf Kundenwunsch.

²In München

FOCUS INNER CIRCLE

Reichweitenstarke Inszenierung



PRINT
FOCUS Magazin
mit 3,14 Mio.
Lesern¹



LIVE
Produkt-
präsentation vor
Ort mit **100 TOP**
Gästen



Linked in



SOCIAL
> 130.00 Follower²
auf Facebook,
Instagram, LinkedIn

ONLINE
FOCUS
Newsletter mit
184.000
Abonnenten²



FOCUS INNER CIRCLE

Ausführliche Berichterstattung



Den 16 Menschen, die Sie hier sehen, folgen rund 4 Millionen andere Menschen im Internet. Was haben sie zu erzählen?

Beim FOCUS Inner Circle Next Generation diskutierten Gründer, Politiker, Medienschaffende und Influencer, wie die Digitalisierung unser Leben verändert

Interview von SARAH DE FORTY Fotos: MARCO C. MOER, JENS KOCK, HEINO DILLMANN



Kann Deutschland seine Klimaziele mit Elektromobilität erreichen?

Politiker, Wissenschaftler und Automobiler diskutieren darüber, wie wir uns künftig fortbewegen können, ohne Deutschlands wichtigste Branche, die Automobilindustrie, zu gefährden

Interview von MARCO C. MOER, CHRISTIAN BLUM und BERNDRIK JENSEN

Von den 16 Menschen, die Sie hier sehen, folgen rund 4 Millionen andere Menschen im Internet. Was haben sie zu erzählen? Beim FOCUS Inner Circle Next Generation diskutierten Gründer, Politiker, Medienschaffende und Influencer, wie die Digitalisierung unser Leben verändert



Was kostet ein gutes Gewissen?

Entwicklungsminister Gerd Müller trifft auf die FOCUS-Bühne auf Tribüne-Managerin Sandra Bergstein, Designer Michael Michalsky und Model Barbara Heiler. Ein Gespräch über Nachhaltigkeit und die Zukunft der Modebranche

Interview von SARAH DE FORTY Fotos: MARCO C. MOER, JENS KOCK, HEINO DILLMANN



„Das autonome Auto kann besser fahren als ich“

Formel-1-Weltmeister Nico Rosberg, Bahn-Chef Richard Lutz, DLR-Marketing-Chef Franz Teppe, FDP-Politikerin Daniela Kluckert und die große Frage: Welche Mobilität macht unsere Städte lebenswerter?

Interview von SARAH DE FORTY

Nico Rosberg, 33, schaut etwas irritiert, als der Parlamentspräsident ihn zum Thema „Autonomes Fahren“ fragt. Er ist nicht, wie man es erwarten würde, ein Technik-Enthusiast, sondern ein Politiker. Er ist Mitglied der FDP und hat sich für die Einführung von autonomen Fahrzeugen eingesetzt. Er ist auch ein begeisterter Fahrer von Elektroautos. Er ist ein Mann, der die Zukunft der Mobilität verstehen will.

Die Zukunft der Mobilität ist ein Thema, das in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen hat. Die Frage ist, wie wir unsere Städte lebenswerter machen können. Die Antwort liegt in der Entwicklung von autonomen Fahrzeugen. Diese Fahrzeuge können die Städte effizienter und sicherer machen. Sie können auch dazu beitragen, den Verkehr zu reduzieren und die Luftverschmutzung zu verringern.

Die Entwicklung von autonomen Fahrzeugen ist ein Prozess, der noch viele Jahre dauern wird. Es gibt noch viele Herausforderungen zu bewältigen. Die Technologie muss weiter verbessert werden. Die rechtliche Situation muss geklärt werden. Die Menschen müssen sich an die Idee von autonomen Fahrzeugen gewöhnen. Es ist ein langer Weg, aber die Vorteile sind groß. Die Zukunft der Mobilität ist hell.

Die Entwicklung von autonomen Fahrzeugen ist ein Prozess, der noch viele Jahre dauern wird. Es gibt noch viele Herausforderungen zu bewältigen. Die Technologie muss weiter verbessert werden. Die rechtliche Situation muss geklärt werden. Die Menschen müssen sich an die Idee von autonomen Fahrzeugen gewöhnen. Es ist ein langer Weg, aber die Vorteile sind groß. Die Zukunft der Mobilität ist hell.



Auto, Fahrrad oder Öffentliche – wem gehört die Zukunft in den Städten?

Interview von SARAH DE FORTY

Die Zukunft der Mobilität ist ein Thema, das in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen hat. Die Frage ist, wie wir unsere Städte lebenswerter machen können. Die Antwort liegt in der Entwicklung von autonomen Fahrzeugen. Diese Fahrzeuge können die Städte effizienter und sicherer machen. Sie können auch dazu beitragen, den Verkehr zu reduzieren und die Luftverschmutzung zu verringern.

Die Entwicklung von autonomen Fahrzeugen ist ein Prozess, der noch viele Jahre dauern wird. Es gibt noch viele Herausforderungen zu bewältigen. Die Technologie muss weiter verbessert werden. Die rechtliche Situation muss geklärt werden. Die Menschen müssen sich an die Idee von autonomen Fahrzeugen gewöhnen. Es ist ein langer Weg, aber die Vorteile sind groß. Die Zukunft der Mobilität ist hell.

Die Entwicklung von autonomen Fahrzeugen ist ein Prozess, der noch viele Jahre dauern wird. Es gibt noch viele Herausforderungen zu bewältigen. Die Technologie muss weiter verbessert werden. Die rechtliche Situation muss geklärt werden. Die Menschen müssen sich an die Idee von autonomen Fahrzeugen gewöhnen. Es ist ein langer Weg, aber die Vorteile sind groß. Die Zukunft der Mobilität ist hell.

Die Entwicklung von autonomen Fahrzeugen ist ein Prozess, der noch viele Jahre dauern wird. Es gibt noch viele Herausforderungen zu bewältigen. Die Technologie muss weiter verbessert werden. Die rechtliche Situation muss geklärt werden. Die Menschen müssen sich an die Idee von autonomen Fahrzeugen gewöhnen. Es ist ein langer Weg, aber die Vorteile sind groß. Die Zukunft der Mobilität ist hell.

Die Entwicklung von autonomen Fahrzeugen ist ein Prozess, der noch viele Jahre dauern wird. Es gibt noch viele Herausforderungen zu bewältigen. Die Technologie muss weiter verbessert werden. Die rechtliche Situation muss geklärt werden. Die Menschen müssen sich an die Idee von autonomen Fahrzeugen gewöhnen. Es ist ein langer Weg, aber die Vorteile sind groß. Die Zukunft der Mobilität ist hell.

Die Entwicklung von autonomen Fahrzeugen ist ein Prozess, der noch viele Jahre dauern wird. Es gibt noch viele Herausforderungen zu bewältigen. Die Technologie muss weiter verbessert werden. Die rechtliche Situation muss geklärt werden. Die Menschen müssen sich an die Idee von autonomen Fahrzeugen gewöhnen. Es ist ein langer Weg, aber die Vorteile sind groß. Die Zukunft der Mobilität ist hell.

FOCUS INNER CIRCLE

Ausführliche Berichterstattung



LEBEN

INNER CIRCLE

FOCUS INNER CIRCLE

It's a Spätzle Brett
Die Freundschaft des Kochs und unseres Autors begann mit einem Linsengericht. Als Gastgeschenk gab es ein Spätzle Brett – in der Hoffnung, das schwäbische Nationalgericht werde auch eines Tages ottolenghiisiert.



Inner Circle

Ein Abend mit Yotam Ottolenghi

Er hat der Welt seinen Hummus geschenkt, Gemüse sexy gemacht und im letzten Jahrzehnt mehr Kochbücher als jeder andere verkauft. Anlässlich der neuen Rezeptsammlung „**Extra Good Things**“ trafen wir Yotam Ottolenghi und Noor Murad in Berlin, November 2022

INTERVIEW VON JÖRG HARLAN ROHLER DER FOTOS VON JENS OELLERMANN UND MARKUS C. HURER

It's a Live Event
Der FOCUS Inner Circle bittet regelmäßig mächtige, wichtige oder disruptive Größen zum Spätzlegespräch. Bei der Neuaufgabe sprach Jörg Harlan Rohleder mit Yotam Ottolenghi und Noor Murad in Berlin, November 2022

INNER CIRCLE

Hanna Schumacher (FIRSTB), Jobst Schumacher (Philo Morris) und Schwesternin Katrin Wobal (s.l.)

CDU-Politiker Joe Diario und Unternehmerin Nora Ruchlöcher

Im Küchengespräch
Wegen debattiert wird: In der Berliner Fabrik 23 trafen sich beim Inner Circle Gäste aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Gastronomie

Wirtschaftswissenschaftlerin Monika Schmitzer und Verlegerin Florian von Loganscheidt

TV-Journalistin Tita von Hardenberg

Im Küchengespräch
Yotam Ottolenghi signiert für Andrea Luch (Basta)

Robert Schneider (FOCUS) im Gespräch

John Lionel Bandmann (Uki) und Wolf Bauer (Uki-Produzent)

Gastronomen Heinz Grubüller (Cookies Creams) und Ottolenghi-Verlegerin Monika Schmitzer (DK Verlag)

INNER CIRCLE

richtig. Ihnen darf man auch gar nichts erzählen!
Hat es sich denn gelohnt?
YO: Nachdem wir stundenlang durch ein Labyrinth aus Sackgassen, die alleamt keine Namen tragen, gerast waren, fuhr Karl entervt zurück ins Hotel. Und als ich schließlich etliche Stunden später tatsächlich vor dem Restaurant stand, war dies geschlossen: montags Ruhetag!
Was bevorzugen Sie: Kochen oder Essen?
NM: Kochen, unbedingt sogar.
Gilt das auch nach einem langen Tag in Ottolenghis Testküche?
YO: Tatsächlich machen wir im Team Witze darüber. Nach dem Motto: Und was hast du gestern nicht mehr gekocht?
Yotam, die Ottolenghiisierung begann mit einer vegetarischen Kolumne im „Guardian“.
YO: Allerdings botte ich, als mich die Journalistin des „Guardian“ ansprach, kaum ein Dutzend vegetarische Rezepte.
Sind Sie denn Vegetarier?
YO: Nicht einmal das, nein.
Der Revolution hat dies jedoch keinen Abbruch getan.
YO: Dabei es eine vielmehr und hochoffizielle Beschwerde seitens der britischen „Vegetarian Society“ gab – was jedoch bald 20 Jahre her ist. Die Welt hat sich, zumindest kulturell, in unserem Sinne weiterentwickelt.
Noor, Sie erwählten bereits Ihre baharäische Herkunft. Wie darf man sich eine Kindheit in Bahrain vorstellen?
NM: Eigentlich glücklich. Mit arabischem Vater und englischer Mutter, die ungeschaltet der Außenwelt ein englisches Weihnachtstündchen und Shepherd's Pie feierlich. Oder auch ein Marmite-Gurken-Sandwich als Schulbröt.
Ich liebe Marmite!
NM: Heute kann ich das verstehen, aber damals haben mich diese Pausenbröte schwer belastet. Wenn alle Mitschüler kreischend auf die Brötchenseite zeigen, kann der Hefeextrakt noch so köstlich sein.
Abgesehen von Shepherd's Pie und Marmite: Welchen Geschmack hat Ihre Kindheit in Bahrain?
NM: Ganz viel Street Food, das traditionell zumindest aus einem Loch in einer Wand in die Welt geschickt wurde.
Wer war der Koch Ihrer Kindheit?
NM: Das Einzige, was mein Vater jemals kochen wird, ist ein Eier-Käse-Omelette zum Frühstück. Aber das kann er besser als jeder französische Omelette-Meister.
Es heißt, Sie hätten mit 17 die Küche der Formel-1-Rennstrecke in Bahrain angezündet.
NM: Leider nicht nur im übertragenen Sinne. Mein Dad meinte damals: Wenn

GESELLSCHAFT

Globaler Blick: Entwicklungsminister Gerd Müller und Botschafter Frank Schätzing sehen in klimatischer Intelligenz Chancen für eine bessere Welt

Im Auditorium der König Galerie: Architekt Stephan Braunfels

Der Bundestagsabgeordnete Christoph Pfaff (CDU) und Reichstagspräsident Sven Jacob (L)

Berliner Zusammenarbeit: Badr Abdelatty, Botschafter Ägyptens, und Maria Fischbacher, Parlamentarische Staatssekretärin im Entwicklungsministerium

Journalistin und Botschafterin Beate Wedekind im Gespräch

Banker und Extremsportler Jochen Wernke mit dem Chef des „Hotel de Rome“ in Berlin, Gordon Debus (L-R)

Treffpunkt FOCUS
Wie sieht die Welt von morgen aus? Darüber debattierten Frank Schätzing, Gerd Müller und Gäste aus Politik, Wirtschaft und Kultur beim FOCUS Inner Circle

Die Botschafterin Luchterschneis, Isabel Frommelt-Gottschald, neben ihrem Ehemann (l.) und dem Geschäftsführer von BurkardKlees, Burkard Großmann

Beim Selfie erwischt: ZDF-Sportmoderatorin in Annika Zimmermann (l.) und Journalistin Karla Gallus

Ernst und faszinierend: Azz und Comedian Eckart von Hirschhausen

Filmproduzent Wolf Bauer neben der Designerin Jette Kopf und ihrem Lebensgefährten Alexander Künzel (L)

Frank Schätzing und der Galerist Johannes König (L)

Malproduzent Sebastian Schwarz (Tischschwanz)

Gut geklärt: Sebastian Dreders (FOCUS) mit Blight-Hamburger (DFP)

ZDF-Moderatorin Tim Nibbeling (l.) und Martin Zimmermann, Vorstand Renault Deutschland

Die Eigentümer des „Estimote“-Hotels in Berlin, Ekkehard Strätzlitz, mit Gattin Sigrid und der Ärztin Anke Howing

INNER CIRCLE

FOCUS INNER CIRCLE

Unser Angebot für Sie



FOCUS INNER CIRCLE
je 50.000 €n/n² zzgl. MwSt.



Bruttomediawert
178.000 €

**72%
Rabatt**



MEDIA

- 1x 1/1 Seite co-branded Anzeige in FOCUS
- Display Ad FOCUS Newsletter

KOMMUNIKATION

- Integration in die Social Media Kommunikation
- Redaktionelle Berichterstattung im Zuge der Inner Circle Ereignisse
- Logointegration auf digitaler Einladung
- Logointegration auf Partnerwand
- 1 x individuelle Markenpräsenz vor Ort¹

SONSTIGES

- Agenda Setting: Teilnahme eines Protagonisten aus Ihrem Unternehmen an der Panel-Diskussion³
- 3 x 2 Tickets für das Event
- Branchenexklusivität

**BUCHUNGS-
DEADLINE**
**10 Wochen
vor Ereignis**

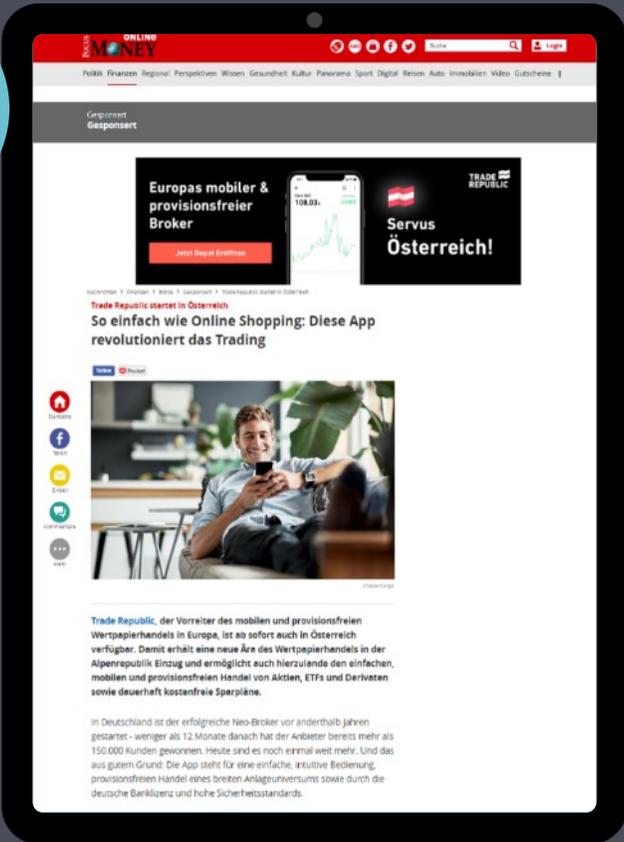
Es gelten die Sponsoring AGBs von Focus Magazin Verlag GmbH

¹ Die Positionierung und Gestaltung von Markenpräsenzen erfolgt in Absprache mit FOCUS. Zusätzlich entstehende Kosten sind vom Partner zu tragen (Umsetzung Markenpräsenzen);

² Bei dem Partnerbeitrag handelt es sich um einen Produktionskostenzuschuss für die genannte Veranstaltung. Der Partnerbeitrag ist nicht rabattbildend und -fähig, AE-fähig (bei Buchung über eine Agentur).

³ Unter Vorbehalt und nach Absprache mit der FOCUS Redaktion. C-Level mit thematischem Fit.

Optionales Add-on Digital



Beispiel: Trade Republic

AWARENESS PIECE

Ihr Event-Nachbericht

Das FOCUS online Awareness Piece ist eines unserer **Full-Service-Produkte**. Mit unseren Inhalten **unterhalten, informieren und inspirieren** wir seit vielen Jahren unsere **Nutzer** und schaffen **so starke Brandingeffekte**.

Passend zum FOCUS Inner Circle kreieren wir innerhalb dieses Formats einen Nachbericht rund um das Event mit Ihrer Marke im Mittelpunkt. Optional ergänzt durch zum Beispiel ein kurzes Interview mit einem Vertreter Ihres Hauses schaffen wir eine aufmerksamkeitsstarke Event-Berichterstattung und binden Ihre Marke nativ in den Kontext ein.

LEISTUNGEN:

- **Full-Service:** Contenterstellung und Kampagnenmanagement durch BurdaForward
- A/B-Testing von Headlines, Teasern und Inhalt nach Launch
- Traffic Push im BurdaForward Netzwerk
- Integration des Highlight-Videos vom FOCUS Inner Circle
- **Festplatzierte Displaywerbemittel** im Artikel (wenn erwünscht)
- Umfangreiches Endreporting

Garantie	CPV	Laufzeit
34.600 Views	0,92 €	6 Wochen

Format	Kosten €
Awareness Piece	Setup + Media 32.000 n/n

Preis nicht weiter rabattierfähig
Vorlaufzeit ab KickOff-Call: 4 Wochen



Optionales
Add-on
Digital

FOCUS
INNER
CIRCLE



Video-Umsetzungsbeispiel BMW auf Facebook

REEL-SERIE

Bei Facebook oder Instagram

Zusätzlich zum Awareness Piece produzieren wir aus dem Highlight-Clip des Inner Circle eine Reel-Serie für die Social Media Kanäle von FOCUS online.

Inhaltlich nutzen wir das Videomaterial des Events und produzieren drei Snippets mit aufmerksamkeitsstarken Botschaften, die per Swipe Up zum Awareness Piece verlinken

LEISTUNGEN:

- Produktion von drei Reels aus dem Videomaterial zum FOCUS Inner Circle
- Drei Reel-Posts auf Facebook oder Instagram
- Kreationsempfehlung
- Vertagung und Hashtags
- Kampagnen-Reporting: Impressions, Interaktion

Garantie

400.000 Social Impressions pro Post
1,2 Mio. Social Impressions gesamt

Laufzeit

Tbd.

Format

3 Reel-Videos auf Facebook oder Instagram

Kosten €

Media	12.600 n/n
Produktion (Schnitt)	2.500 n/n

Preis nicht weiter rabattierfähig
Vorlaufzeit ab KickOff-Call: 4 Wochen

IHRE ANSPRECHPARTNERINNEN

Bilder und Kontaktdaten



ANTJE DAMER

**Head of Brand Experience
BurdaVerlag**

M: +49 160 9070 7550
Antje.damer@burda.com



LEA SOPHIA WILKE

**Senior Brand Experience Manager
BurdaVerlag**

M: +49 151 5383 4589
leasophia.wilke@burda.com

TRENNUNG VON WERBUNG UND REDAKTION

Unser Unabhängigkeitsversprechen

Alle Verlage von Hubert Burda Media stehen zu ihrer rechtlichen und presseethischen Verpflichtung, journalistische Inhalte von Werbung zu trennen und eine unlautere Beeinflussung des redaktionellen Teils ihrer Publikationen zu verhindern. Bezahlte Veröffentlichungen werden erforderlichenfalls gekennzeichnet. Damit verteidigen wir die Glaubwürdigkeit unserer journalistischen Produkte, die ihren Wert als Werbeträger ausmacht.

- Daher gelten in Bezug auf alle Informationen und Aussagen in diesem Angebot folgende Grundsätze und Vorbehalte:
- Die Gestaltung des journalistisch-redaktionellen Teils erfolgt stets im Ermessen der betreffenden Redaktion.
- Der Austausch über voraussichtliche Themen soll unseren werbungstreibenden Kunden eine sachgerechte Planung ihrer Werbemaßnahmen ermöglichen, begründet aber keine Verpflichtung zur Erstellung oder Veröffentlichung bestimmter Inhalte.
- Die Buchung entgeltlicher Werbemaßnahmen gewährt dem Kunden keinen Einfluss auf den Inhalt journalistischer Artikel.
- Produkterwähnungen in redaktionellen Berichten erfolgen ausschließlich im Rahmen des Informationsinteresses der Leser. Sie dürfen nicht die Grenze zur Schleichwerbung überschreiten und werden nicht an eine Bezahlung oder Anzeigenschaltung gekoppelt.
- Beispiels-Darstellungen in diesem Angebot sind unverbindlich und unterliegen in der Umsetzung den vorstehenden Maßgaben.



BCN THE
BRAND
COMMUNITY
NETWORK