

Die besten Nachrichten der Welt

Projekt17 und ZEIT Verlagsgruppe launchen Magazin zu den SDGs

Iris Rodriguez und Andreas Kruk, Gründer des Unternehmens Projekt17, haben in Medienpartnerschaft mit der ZEIT-Verlagsgruppe ein Magazin entwickelt, das inspirierende Geschichten über die SDGs erzählt und Lust macht, sich selbst einzubringen (www.projekt17.net).

Wie ist die Idee für das Magazin 17GOALS entstanden?

Iris Rodriguez: Die Nachhaltigkeitsziele der VN haben uns begeistert, seit wir das erste Mal davon gehört haben. Umso überraschter waren wir, dass wir medial kaum etwas zu den SDGs gefunden haben. Dabei stecken dahinter doch die besten Nachrichten der Welt. Kein Wunder also, dass nur wenige Menschen die Ziele überhaupt kennen. Das möchten wir ändern.

Andreas Kruk: Wir sehen in den SDGs ein großes und wichtiges Thema für die Medien. Darum haben wir neben unseren bestehenden Unternehmen eine Business Unit gegründet, um die Themen rund um die SDGs voranzutreiben. Es freut uns sehr, dass wir für das Magazin 17GOALS die ZEIT-Verlagsgruppe als bedeutenden Medienpartner gewinnen konnten.

Was können wir vom Magazin 17GOALS erwarten?

Iris Rodriguez: Wir werden die positiven, motivierenden Geschichten von Menschen erzählen, die mit Ideen und Taten den positiven Wandel vorantreiben. Das Magazin zeigt das große Engagement



Andreas Kruk



Iris Rodriguez

die logische Folge, weit über nationale Grenzen hinaus die Themenkomplexe aufzugreifen und abzubilden.

Was können wir noch erwarten?

Andreas Kruk: Wir wollen Aktivierungsprozesse auslösen, die Menschen motivieren, sich noch mehr für die Dinge zu interessieren und idealerweise selbst etwas zu tun. Wenn wir die Strömungen in der Gesellschaft genau beobachten, ist ja schon sehr viel davon vorhanden.

Iris Rodriguez: Es gibt bereits ein großes Bewusstsein für die Notwendigkeiten eines Wandels. Insbesondere die junge Generation betrachtet die Dinge deutlich kritischer.

Andreas Kruk: Vielleicht ist es schon sehr bald uncool, sich nicht sozial zu engagieren. Wir haben es doch zum Beispiel mit dem Rauchen erlebt: Erst konnte sich niemand vorstellen, im Restaurant nicht mehr zu rauchen, heute wäre genau dies undenkbar. Dinge, die heute noch nicht vorstellbar sind, können zum Mainstream, zur Selbstverständlichkeit werden.

Wie erleben Sie die Zeit der Vorbereitung auf das Magazin?

Iris Rodriguez: Es fasziniert uns, wie begeistert auf unsere Magazinidee reagiert wird. „Sie rennen offene Türen ein“ oder „Gut, dass jemand endlich die Initiative ergreift“ sind nur zwei der vielen Reaktionen, die uns von Seiten der UN-SDG-Action-Campaign, der Ministerien, der



und das Gute, was geschieht und stellt es in einen Zusammenhang. So macht es die SDGs verständlich und relevant für die Menschen – natürlich ohne erhobenen Zeigefinger. Wir wollen eine positive Stimmung auf die Inhalte der SDGs setzen und schöpfen dabei aus einem Riesenfundus an tollen Geschichten.

Wie kam es zu der Zusammenarbeit mit der ZEIT Verlagsgruppe?

Andreas Kruk: Um die Aufmerksamkeit in Richtung Dialog und Interaktion weiterzuentwickeln, benötigt man Reichweite. Aufgrund der langjährigen und partnerschaftlichen Geschäftsbeziehungen zur ZEIT-Verlagsgruppe lag es für uns sehr nah, dort das Gespräch zu suchen. Auch, weil es seitens der Leserschaft ein hohes Interesse an Nachhaltigkeitsthemen gibt. Unseren Ansprechpartnern im Verlag gefiel die Idee sofort sehr gut. 17GOALS ist für uns und unsere langjährigen Aktivitäten im Dritten Sektor

NROs, Stiftungen, aber auch der Unternehmen entgegengebracht wurden. Das ist natürlich sehr motivierend für uns.

Wann wird es 17GOALS zu lesen geben?

Andreas Kruk: Zunächst geplant ist im Mai die Erstausgabe, dann im Oktober 2018 die zweite Ausgabe, jeweils als Magazinbeilage in der ZEIT mit einer Auflage von über 500 000 Exemplaren. Ebenfalls vorgesehen im Jahr 2018 ist die digitale Weiterentwicklung des Magazins in Richtung Interaktion und Dialog. Perspektivisch planen wir mit der ZEIT-Verlagsgruppe, auch den Veranstaltungsbereich anzudenken.