



UNAOC (United Nations Alliance of Civilizations) und BMW Group verkünden die Gewinner des Intercultural Innovation Award

UNAOC (United Nations Alliance of Civilizations) und BMW Group verkünden die Gewinner des Intercultural Innovation Award
 Preisverleihung in Anwesenheit von UN-Generalsekretär Ban Ki-moon und UNESCO Sonderbotschafter Placido Domingo
 Wien, 27. Februar 2013. Am gestrigen Abend wurde im Wiener Volkstheater der Intercultural Innovation Award der BMW Group und der UNITED NATIONS ALLIANCE OF CIVILIZATIONS (UNAOC) verliehen. Der angesehene internationale Award ist aus einer einzigartigen Partnerschaft zwischen der BMW Group und der UNAOC hervorgegangen und soll zur sozialen Stabilität und zum wirtschaftlichen Wachstum in multikulturellen Gesellschaften beitragen. Prämiert werden besonders innovative Projekte, die den Dialog und das interkulturelle Verständnis fördern.
 Im Rahmen der Preisverleihung am gestrigen Abend hat UN-Generalsekretär Ban Ki-moon das erstplatzierte Projekt des Intercultural Innovation Award 2012 bekanntgeben: Puerta Joven aus Mexiko. Die Zeremonie fand unter der Leitung von Präsident Nassir Abdulaziz Al-Nasser, dem künftigen Generalsekretär der United Nations Alliance of Civilizations, und Bill McAndrews, Leiter Konzernkommunikationsstrategie, Unternehmens- und Marktkommunikation, BMW Group, statt. UNESCO Sonderbotschafter Placido Domingo gratulierte als Ehrengast den Gewinnern.
 "Ich schätze die Vorreiterrolle sehr, die die BMW Group bei der Unterstützung des Award einnimmt, sowie die Projekte, die ausgezeichnet werden", so der UN-Generalsekretär. "Die kreativen Lösungskonzepte, die heute Abend präsentiert werden, sind ein Vorbild für alle Gemeinschaften und Organisationen wie die United Nations."
 Die ersten fünf Preisträger erhalten für die Weiterentwicklung ihrer Projekte ein Gesamtpreisgeld in Höhe von 100.000 US-Dollar. Alle Finalisten des Intercultural Innovation Award werden in die WIFI (World Intercultural Facility for Innovation) aufgenommen. Die WIFI - eine Initiative der BMW Group und der UNAOC - ist eine Plattform, die Kontakte zwischen Preisträgern und potenziellen Mentoren knüpft und den Austausch mit Initiatoren ermöglicht, deren Projekte in den Vorjahren ausgezeichnet wurden. Darüber hinaus profitieren die Finalisten je nach Bedarf vom Know-how sowie den Kernkompetenzen der BMW Group und der UNAOC. Die Beratungsleistung erfolgt beispielsweise in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Personalplanung und Marketing.
 Die Preisverleihung war gleichzeitig die Auftaktveranstaltung zum 5. Global Forum der UNAOC, auf dem sich Vertreter internationaler Organisationen aus dem Jugend- und Gesellschaftsbereich sowie der Privatwirtschaft aus 135 Ländern über die Bedeutung des interkulturellen Dialogs austauschen. "Der Intercultural Innovation Award ist ein Paradebeispiel für die Handlungsbereitschaft der UNAOC", betonte Al-Nasser. "Sowohl die United Nations Alliance of Civilizations als auch die BMW Group haben sich dazu verpflichtet, den Handlungsradius und die Wirkung der Gewinnerprojekte zu verstärken."
 "Im Namen der BMW Group möchte ich den Preisträgern herzlich gratulieren", sagte Bill McAndrews. "Die BMW Group und die UNAOC fördern mit diesem Award langfristig angelegte Initiativen, die anhaltende und positive Auswirkungen haben. Wir freuen uns darauf, die Ideen zu unterstützen und in den kommenden Monaten und Jahren nachhaltig und erfolgreich umzusetzen."
 1. Platz (50.000 US-Dollar): Puerta Joven - Languages of Youth (Mexiko)
 Puerta Joven richtet sich an Jugendliche, die aufgrund ihrer Herkunft und ihrer indigenen Sprache diskriminiert werden. Lenguas Jóvenes (Sprachen der Jugend) gibt diesen Jugendlichen die Möglichkeit, ihre kulturelle Identität über das Mobiltelefon auszudrücken. Professionelle Filmemacher besuchen Schulen und Gemeindezentren und zeigen Jugendlichen, wie kreative Tools auf Mobiltelefonen eingesetzt werden können, um Kurzfilme zu drehen. Das Programm hilft den jungen Leuten zu verstehen, dass indigene Sprachen trotz der Abwanderung in die Städte bewahrt werden können. Das Projekt wurde in acht verschiedenen Städten Mexikos entwickelt und soll auch in Guatemala umgesetzt werden.
 2. Platz (20.000 US-Dollar): Plain Ink - When Change Reads Like a Book (Italien)
 Plain Ink ist ein innovatives, gemeinnütziges Sozialprojekt, das sich der Magie von Geschichten, Comics und Kinderbüchern bedient. Es hilft Kindern und Gemeinschaften, Hürden wie Armut und soziale Ausgrenzung zu überwinden. Im Rahmen des Projekts werden Bücher veröffentlicht, die positive, spannende und fesselnde Geschichten mit einem starken multikulturellen Schwerpunkt erzählen und von Figuren handeln, mit der sich die Zielgruppen - Kindern mit und ohne Migrationshintergrund - identifizieren. Die Bücher werden anschließend verkauft und der Erlös fließt in kostenlose Lehr-Comics, die Basiswissen zur Gesundheitsprävention, Lebensmittelsicherheit und Katastrophenvorsorge in den Heimatländern der Migranten vermitteln.
 3. Platz (15.000 US-Dollar): Chintan Environmental Research and Action Group - Recycling as Bridge and Binder (Indien)
 In den Städten Indiens kümmern sich Migranten, die niedrigen Kasten angehören und am Rande der Gesellschaft leben, um die Mülltrennung. Durch gemeinsame Recycling-Aktionen fördert das Chintan-Projekt das Verständnis zwischen armen Migranten, der Mittelklasse und den wohlhabenden Bürgern von Neu-Delhi - zwei Gruppen, zwischen denen eine große Kluft besteht. Um gegenseitiges Verständnis zwischen den beiden Lebenswelten zu fördern, initiiert Chintan Recyclingprojekte in Büros und organisiert Freiwilligenprogramme für Angestellte in Müllsammler-Slums. Darüber hinaus ermöglichen verschiedene Aktionen (u.a. an Schulen) beiden Gruppen, die Lebenswelt des anderen kennen zu lernen.
 4. Platz (10.000 US-Dollar): Kapamagogopa Inc. (KI) Volunteers - Muslim Youth Volunteering for Interfaith Dialogue and Understanding (Philippinen)
 Kapamagogopa (KI) ist das erste und einzige systematische Freiwilligenprogramm von Muslimen auf den Philippinen. Ortsansässige junge Frauen und Männer aus muslimischen Gemeinschaften werden dazu animiert, sich freiwillig in nicht-muslimischen Organisationen zu engagieren, um den Dialog, die Verständigung und die Entwicklung in nicht-muslimischen und muslimischen Gemeinschaften auf Mindanao zu fördern. Das Projekt beschäftigt sich mit der Lösung von drei Problemen: anti-muslimische Tendenzen, schlechte Regierungsführung und die anhaltende Konfliktgefahr. Diese Probleme tragen zu einer Atmosphäre der Diskriminierung bei, in der viele junge Muslime chancenlos sind und sich nicht in der Lage fühlen, ihr Leben zu ändern.
 5. Platz (5.000 US-Dollar): TakingITGlobal (TIG) - TakingITGlobal Online-Community (Canada)
 TakingITGlobal (TIG) engagiert sich an der Schnittstelle zwischen Jugendlichen, der Globalisierung und der zunehmend an Bedeutung gewinnenden Informationsgesellschaft, um junge Leute zu aktiven Weltbürgern und Akteuren des Wandels zu machen. Junge Menschen aus aller Welt profitieren von einer Lerngemeinschaft im Web und von innovativen Bildungsprogrammen, die aktuell in dreizehn Sprachen verfügbar sind. Jugendliche aus unterschiedlichen Sprachräumen werden effektiv vernetzt, um innerhalb des von TIG geschaffenen "sozialen Netzwerks für das Allgemeinwohl gemeinsam zu lernen und zu agieren."
 Des Weiteren erhielten folgende Finalisten eine lobende Anerkennung:
 Cultural Infusion - Sound Infusion (Australien)
 Sound Infusion fördert den Dialog zwischen den Kulturen auf kurzweilige, flexible sowie informative Weise und unterstützt die Arbeit an den Schulen über innovative Web 2.0-basierte Technologien. Cultural Infusion ist die erste digitale Anwendungs- und Lernplattformen im Web, die interkulturelles Verständnis über die Produktion von Musik und den Austausch kultureller Informationen fördert.
 FilmAid - Filmmaker Training and Screening Program for Refugees and Host Communities (Kenia)
 Das von FilmAid ins Leben gerufene Schulungsprogramm für Filmemacher und die zugehörige Filmreihe richten sich an Flüchtlinge und ihre Gastgeber in den Flüchtlingscamps und Städten in ganz Kenia. Diese Gemeinschaften sind geprägt von inneren und äußeren Spannungen. Mit dem Programm werden junge Leute unterschiedlicher Herkunft zusammengeführt, damit sie die Entstehung solcher Konflikte erörtern und ihre Geschichten austauschen können.
 IDResearch Kft. - Immigropoly (Ungarn)
 Immigropoly ist ein einzigartiges, internetbasiertes Charakterspiel zur Förderung des Verständnisses für Migration und Integration in unserer globalen Welt. Hauptzielgruppe sind Jugendliche. Ziel des Projekts ist, die Offenheit gegenüber Immigranten in einem europäischen und globalen Kontext zu fördern und den interkulturellen Dialog auf indirekte Weise voranzubringen.
 Search for Common Ground Morocco (SFCG) - Multimedia
 Intercultural relations in Morocco
 SFCG-Morocco bringt junge Marokkaner und Migranten aus den Gebieten südlich der Sahara zusammen, um sie im Video- und Multimedia-Bereich weiterzubilden und ihr Bewusstsein über verschiedene Botschaften zu schärfen. Angeregt durch den interkulturellen Austausch drehen die Teilnehmer Kurzfilme, in denen es um interkulturelle Beziehungen geht.
 The Parents Circle - Crack in the Wall (Israel/Palästina)
 Crack in the Wall (CITW) ist eine neutrale Plattform auf Facebook mit über 10.000 aktiven Usern, auf der Palästinenser und Israelis miteinander kommunizieren können und ihre Meinung zu verschiedenen Themen über Videos, Bilder und Nachrichten publizieren können. Der Inhalt wird in die jeweils andere Sprache übersetzt.
 Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
 BMW Group Unternehmenskommunikation
 Milena Pighi, Corporate Social Responsibility
 Telefon: +49-89-382-66563, Fax: +49-89-382-10881, Milena.Pighi@bmw.de
 Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation
 Telefon: +49-89-382-24544, Fax: +49-89-382-24418, Alexander.Bilgeri@bmw.de
 Internet: www.press.bmw.de
 E-Mail: presse@bmw.de

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Die Aktivitäten der BMW Group umfassen neben dem Automobilgeschäft die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Motorrädern sowie umfassende Finanzdienstleistungen für Privat- und Geschäftskunden: Automobile. Mit den Marken BMW, MINI und Rolls-Royce Motor Cars ist die BMW Group der einzige Automobilhersteller weltweit, der mit allen Marken und über alle relevanten Segmente hinweg eine reine Premiummarken-Strategie verfolgt, vom exklusiven Kleinwagen bis zur absoluten Top-Limousine. Motorräder. Auch bei den Motorrädern verfolgt die BMW Group eine Premiummarken-Strategie. Unser Anspruch: In den Bereichen Technologie, Umweltschutz und Sicherheit führende Produkte im oberen Segment der motorisierten Zweiräder zu entwickeln, zu produzieren und mit einem umfassenden Service im Markt zu betreuen. Finanzdienstleistungen. Wir verstehen Finanzdienstleistungen als Schlüsselfaktor in einer mobilen Welt. Hierbei setzen wir auf ein konzentriertes Produktportfolio, in dem wir jede Detailfrage mit Expertenwissen beantworten können. Unsere Tätigkeitsfelder im Einzelnen: Finanzierung und Leasing, Vermögensmanagement, Händlerfinanzierung, Flottengeschäft. Unsere weiteren Geschäftsbereiche: IT-Beratung und Systemintegration (Softlab GmbH) und Versicherungen (Bavaria Wirtschaftsagentur GmbH). Die Unternehmenszentrale in München steuert die Aktivitäten der BMW Group weltweit. Im Vierzylinder am Olympiapark laufen die Fäden aus mehr als 150 Ländern zusammen.