



BMW Group und United Nations Alliance of Civilizations (UNAOC) verkünden Finalisten für den Intercultural Innovation Award 2014.

BMW Group und United Nations Alliance of Civilizations (UNAOC) verkünden Finalisten für den Intercultural Innovation Award 2014. New York/München. Die UN Alliance of Civilizations (UNAOC) und die BMW Group verkündeten heute die elf Finalisten des Intercultural Innovation Award 2014. Die Projekte, die aus mehr als 600 Bewerbungen aus über 100 Ländern ausgewählt wurden, werden im Rahmen des Awards Unterstützung erhalten, um weiter wachsen zu können. Seit 2011 engagieren sich die UNAOC und die BMW Group in einer einzigartigen Partnerschaft für die Verbesserung der Beziehungen zwischen Gemeinschaften und Menschen unterschiedlicher kultureller Herkunft. Gemeinsam haben sie den Intercultural Innovation Award ins Leben gerufen. Der Award zeichnet Projekte gemeinnütziger Organisationen aus, die nachhaltig und auf innovative Weise den interkulturellen Dialog und das interkulturelle Verständnis fördern und somit einen wichtigen Beitrag für Wohlstand und Frieden in der Welt leisten. Die diesjährigen Finalisten repräsentieren verschiedenste Länder weltweit verteilt über sechs Kontinente. Die Vielzahl an Regionen, auf die sich die Preisträger verteilen, unterstreicht die Bedeutung des Intercultural Innovation Award, der sich der weltweiten Förderung interkultureller Vielfalt und Verständigung verschrieben hat. Im Rahmen des 6. Global Forum der UNAOC auf Bali (Indonesien) werden die Finalisten unter Anwesenheit von Staatsoberhäuptern, Ministern, Medien und zivilgesellschaftlichen Organisationen ihre Projekte präsentieren. Die offizielle Preisverleihungszeremonie findet am 28. August mit Präsident Nassir Abdulaziz Al-Nasser, dem Generalsekretär der United Nations Alliance of Civilizations, und Bill McAndrews, Leiter Konzernkommunikationsstrategie, Unternehmens- und Märkte-Kommunikation der BMW Group, im Beisein von UN-Generalsekretär Ban Ki-moon statt. "Wir legen unsere Aufmerksamkeit oft auf Konflikte und Leid, was durchaus wichtig ist. Dennoch brauchen wir ebenso Raum für Hoffnung und Enthusiasmus. Die Intercultural Innovation Awards bieten eine Plattform, jene zu ehren, die eine gemeinschaftlichere und integrativere Welt nicht nur als Möglichkeit, sondern als Unerlässlichkeit erachten" sagt Al-Nasser. "Aus diesem Grund sind wir unserem Partner, der BMW Group, tief verbunden", ergänzte er. "Interkulturelle Verständigung ist für uns als internationales Unternehmen von zentraler Bedeutung. Durch unsere internationale Belegschaft wird uns tagtäglich vor Augen geführt, wie wichtig interkulturelles Verständnis und Bewusstsein sind", erklärt Bill McAndrews. "Daher freuen wir uns sehr, gemeinsam mit der UNAOC den Intercultural Innovation Award ausrichten zu können und Organisationen zu unterstützen, die sich auf innovative Art und Weise für mehr interkulturelle Verständigung einsetzen." Im Rahmen eines einjährigen Support-Programms werden die Preisträger von der UNAOC und der BMW Group individuell gefördert. Ziel ist es, die Wirkung der Projekte nachhaltig zu verstärken und die Projekte auszubauen. Neben der finanziellen Unterstützung haben die Finalisten die Möglichkeit an Schulungen und Workshops zu unterschiedlichen Themen, wie Ausbau, finanzielle Nachhaltigkeit, und Marketing teilzunehmen. Die Workshops werden von erfahrenen Schulungsleitern und Mitarbeitern der BMW Group durchgeführt. Darüber hinaus werden alle Finalisten Mitglied bei den "Intercultural Leaders", einer exklusiven Plattform für den Kompetenz- und Wissensaustausch zwischen führenden Personen, die sich für interkulturelle Verständigung und gegenseitigen Respekt einsetzen. In diesem Jahr werden elf statt zehn Projekte ausgezeichnet, da zwei Projekte punktgleich abschlossen. Zu den diesjährigen Finalisten zählen: Africa e Mediterraneo - ComiX4= Comics for Equality (Italien) - Mithilfe von Comics fördert Africa e Mediterraneo auf kreative Weise interkulturelles Bewusstsein und Verständigung. Die Comics erzählen die Einwanderungsgeschichten und -erfahrungen immigrierter Comiczeichner. All Together Now - Everyday Racism (Australien) - Everyday Racism ist eine App für Smartphones, die interkulturelles Bewusstsein und Verständigung fördert. Spieler der App nehmen die Rolle von Personen ein, die tagtäglich Vorurteilen und rassistischen Erfahrungen ausgesetzt sind. Sie entwickeln so im Laufe des Spiels mehr Verständnis für die Situation kulturell benachteiligter Gruppen. Arcenciel - A Circus School in the Service of Intercultural Dialogue (Libanon) - Im Rahmen von Zirkusworkshops fördert Arcenciel den Austausch, Dialog und die Kooperationsbereitschaft zwischen Jugendlichen unterschiedlicher kultureller Herkunft im Libanon und hilft sozial benachteiligten Jugendlichen, die am Rande der Gesellschaft leben, wieder sozial Fuß zu fassen. Landesvereinigung kulturelle Kinder- und Jugendbildung Sachsen-Anhalt e.V. // .lkj) - Equal for Equal (Deutschland) - Equal for Equal ist ein Projekt, das sich für die Gleichstellung der Frau in der ganzen Welt stark macht und Frauen dazu ermutigt, ihre persönlichen Erfahrungen zum Thema Diskriminierung zu erzählen. Die Geschichten werden auf einer Online-Plattform veröffentlicht, die Austausch untereinander ermöglicht. Department of Culture and Leisure, Municipality of Simrishamn - More Than One Story (Schweden) - More Than One Story ist ein innovatives Kartenspiel, das Menschen unterschiedlichen Alters, Hintergrunds und unterschiedlicher Kulturen miteinander verbindet. Während des Spiels relativieren Spieler ihre Vorurteile und zeigen nachweislich mehr Verständnis für den Anderen. Fundación CONSTRUIR - Intercultural Dialogue and Plural Justice: Strengthening Indigenous Justice (Bolivien) - Mit ihrem Projekt setzt sich Fundación CONSTRUIR nachhaltig für die Rechte der indigenen Bevölkerung in Bolivien ein, indem sich die Organisation für die Verbindung der beiden Rechtssysteme - der indigenen und offiziellen Behörden - stark macht. Manav Seva Sansthan "SEVA" - Facilitating Informed and Safe Migration among Vulnerable Nepalese Migrants along Indo-Nepal Border (Indien) - Mit ihrem Projekt setzt sich die Organisation SEVA gezielt für Migranten und deren Rechte in Regionen entlang der indisch-nepalesischen Grenze ein. Damit agiert sie gegen langanhaltende Probleme in dieser Region wie Menschenhandel, illegale Einwanderungsströme und das Fehlen von interkulturellem Bewusstsein. Post-Conflict Research Center (PCRC) - Ordinary Heroes (Bosnien & Herzegowina) - Ordinary Heroes ist ein Projekt, das die Geschichte "gewöhnlicher" Menschen erzählt, die außerordentliche Zivilcourage während des Konflikts zwischen Bosnien und Herzegowina gezeigt und sich so besonders für Frieden und Miteinander eingesetzt haben. Das PCRC nutzt die Geschichten von "Ordinary Heroes", um Jugendliche für mehr interkulturelle Verständigung und Zivilcourage zu mobilisieren. Wapikoni Mobile - International Network of Aboriginal Audiovisual Creation (Kanada) - Wapikoni Mobile gibt Jugendlichen der indigenen Bevölkerung Kanadas eine Stimme. In Workshops bekommen First Nation Filmemacher die Möglichkeit Kurzfilme zu drehen, die von der eigenen Geschichte und kulturellen Identität erzählen. Welcoming America - Welcoming Cities and Counties Initiative (USA) - Welcoming Cities and Counties Initiative ist ein Projekt, das amerikanische Städte und Regionen dabei unterstützt, ein einwanderungsfreundliches und attraktives Umfeld für Migranten zu schaffen. Mithilfe speziell konzipierter "Welcome Plans" sollen die unterschiedlichsten Talente und kreativen Köpfe angeworben werden. Youth Service Organization (YSO) - Intercultural Dialogue Awareness Rising For Cooperation (IDARC) (Ruanda) - Das von der YSO ins Leben gerufene Projekt fördert den interkulturellen Dialog zwischen der Bevölkerung Ruandas. Dabei greift YSO auf die lange Tradition von Tanz und Musik in Ruanda zurück und gibt den Bewohnern so eine kreative Plattform, um Ideen und Gedanken zum Ausdruck zu bringen. Die United Nations Alliance of Civilizations (UNAOC) ist eine Initiative des UN Generalsekretärs zur Verbesserung des kultur- und religionsübergreifenden Verständnisses und der partnerschaftlichen Beziehungen zwischen Nationen und Völkern. Zudem möchte die UNAOC einen Gegenpol zu polarisierenden und extremistischen Kräften schaffen. In Zusammenarbeit mit Regierungen, internationalen und regionalen Organisationen, zivilgesellschaftlichen Gruppen, Stiftungen und dem privaten Sektor unterstützt die Allianz eine Reihe von Projekten und Initiativen mit dem Ziel, Brücken zwischen unterschiedlichen Kulturen und Gemeinschaften zu schlagen. Zudem fördert die UNAOC innovative Basisprojekte zur Vertrauensbildung, Versöhnung und Schaffung einer Kultur des gegenseitigen Respekts. Gesellschaftliches Engagement bei der BMW Group - Gesellschaftliches Engagement ist für die BMW Group fester Bestandteil des unternehmerischen Selbstverständnisses. Der Schwerpunkt liegt vor allem auf den zwei Bereichen Ressourceneffizienz sowie interkulturelle Innovationen und soziale Inklusion. Dabei konzentriert sich das Unternehmen vor allem auf Projekte und Konzepte, bei denen es aufgrund seiner Kernkompetenzen eine konkrete, messbare Verbesserung bewirken kann. Im Fokus des Engagements stehen langfristige Lösungsansätze, die international übertragbar sind und nach dem Prinzip "Hilfe zur Selbsthilfe" spürbare Langzeitwirkung entfalten. Mehr unter <http://www.bmwgroup.com/socialcommitment> Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Milena Pighi - BMW Group Konzernkommunikation und Politik - Sprecherin CSR - Telefon: +49-89-382-66563 - Fax: +49-89-382-24418 - Milena.Pighi@bmw.de - Leonie Laskowski - BMW Group Konzernkommunikation und Politik - CSR - Telefon: +49-89-382-45382 - Fax: +49-89-382-24418 - Leonie.Laskowski@bmw.de - www.press.bmw.de - E-Mail: presse@bmw.de - http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=571999 width="1" height="1">

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.