



Die United Nations Alliance of Civilizations und die BMW Group starten erneut die Suche nach innovativen Projekten zur Förderung des interkulturellen...

Die United Nations Alliance of Civilizations und die BMW Group starten erneut die Suche nach innovativen Projekten zur Förderung des interkulturellen Dialogs und Verständnisses. Einsendeschluss für Bewerbungen ist der 30. September 2015. Die UNAOC (United Nations Alliance of Civilizations) und die BMW Group geben mit großer Freude bekannt, dass der Intercultural Innovation Award zum vierten Mal ausgeschrieben wird. Organisationen auf der ganzen Welt, die Basisprojekte zur innovativen und nachhaltigen Förderung des interkulturellen Verständnisses durchführen, sind dazu aufgerufen, sich online unter folgender Adresse zu bewerben: interculturalinnovation.org. Der Einsendeschluss für Bewerbungen ist Mittwoch, der 30. September 2015, um 17 Uhr (EST). In einem strengen Auswahlverfahren werden zehn Finalisten für den Intercultural Innovation Award ausgewählt. Um ihre Projekte auszubauen und in andere Kontexte zu übertragen, erhalten die Finalisten Preisgelder, wovon USD 40.000 an den Gewinner gehen. Darüber hinaus werden sie im Rahmen eines einjährigen Support-Programms individuell unterstützt. Die Finalisten nehmen an Schulungen zu unterschiedlichen Themen teil und erhalten die Möglichkeit, ihren Wirkungskreis zu erweitern. Außerdem erhalten sie projektbezogene Beratung durch Mentoren sowie Zugang zu einem Netzwerk von Akteuren, die sich für die Förderung des interkulturellen Dialogs einsetzen. Ziel der Allianz ist es, das Engagement sozial orientierter Organisationen anzuerkennen, die sich für die Verbesserung der Beziehungen zwischen Völkern und Gemeinschaften einsetzen. Dass wir zu diesem Zweck eine Partnerschaft mit der BMW Group eingegangen sind, belegt einmal mehr unser Interesse für innovative Ansätze, so H.E. Nassir Abdulaziz Al-Nasser, Hoher Repräsentant der United Nations Alliance of Civilization. Dem fügte Bill McAndrews, Leiter Konzernkommunikationsstrategie, Unternehmens- und Märkte-Kommunikation der BMW Group, hinzu: "Die Unterstützung der BMW Group für die Preisträger geht über die Bereitstellung finanzieller Mittel hinaus und schließt alle relevanten Ressourcen ein, die wir zu bieten haben. Diese Hilfe kann entscheidend dafür sein, ob eine Idee, die das Leben der Menschen bereichert, erfolgreich in die Praxis umgesetzt werden kann." Der Intercultural Innovation Award wurde 2011 ins Leben gerufen und ist aus einer Kooperation zwischen der UNAOC (United Nations Alliance of Civilizations) und der BMW Group hervorgegangen. Das übergeordnete Ziel besteht darin, Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten. Um dieses Ziel zu erreichen, haben die UNAOC und die BMW Group ihre Kompetenzen, zeitlichen Ressourcen und Netzwerke zur Unterstützung der Preisträger gebündelt. Dieses neue Kooperationsmodell zwischen dem Privatsektor und der UN hat weitreichenden Einfluss, da beide Partner mit ihren Kompetenzen die Nachhaltigkeit der jeweiligen Projekte sicherstellen. Seitdem der Award 2011 erstmals verliehen wurde, konnten die Gewinner ihren Wirkungskreis erweitern und die Anzahl der Nutznießer der jeweiligen Projekte auf insgesamt 600.000 Personen erhöhen. 2014 wurden für den Intercultural Innovation Award mehr als 600 Bewerbungen aus über 100 Ländern entgegen genommen. Die UNAOC (United Nations Alliance of Civilizations) 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 den polarisierenden und extremistischen Kräften schaffen. Die Allianz wurde im Jahre 2005 auf Initiative der Regierungen Spaniens und der Türkei unter der Federführung der Vereinten Nationen gegründet. Am 28. September 2012 ernannte der Generalsekretär der Vereinten Nationen Herrn Nassir Abdulaziz Al-Nasser zum Vorsitzenden der Allianz. Die UNAOC wird von der sogenannten Group of Friends unterstützt, einer Gemeinschaft aus über 100 Mitgliedsländern sowie internationalen Organisationen und Gremien. Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert. Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Milena Pighi / BMW Group, CSR Kommunikation / Telefon: +49-89-382-66563 / Fax: +49-89-382-24418 / Milena.PA.Pighi@bmw.de / Alessandro Girola / Experte für Projektmanagement - Interkulturelle Innovation / Telefon: +1-929-274-6217 / Fax: +1-929-274-6233 / alessandrogi@unops.org / Nihal Saad / Sprecher für den Hohen Repräsentanten der United Nations Alliance of Civilizations / Telefon: +1-929-274-6205 / Fax: +1-929-274-6233 / saadn@un.org / 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

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.