



Dr. Hauschka
Kosmetik



bce
broadcasting center europe

Oxfam
Deutschland

ADVENIAT

Prominente unterstützen „Sukuma“ Jugendinitiative schreibt europäischen Preis zur Förderung der Entwicklungsziele der Vereinten Nationen aus

Berlin, 10. November 2008. Mit einem Aufruf zur Teilnahme an alle Europäer startet die ehrenamtliche Jugendinitiative Sukuma unter Schirmherrschaft von Bundesentwicklungsministerin Heidemarie Wieczorek-Zeul einen Wettbewerb um die beste Filmspot-Idee zum Thema globale Armutsbekämpfung. Der europaweit ausgelobte Preis „Sukuma Millennium Award“ richtet sich explizit an Laien und nicht an renommierte Filmschaffende. Im Rahmen des Wettbewerbs haben alle Europäer – ob jung oder alt – die Chance, sich kreativ mit einer Filmspot-Idee für die Halbierung der weltweiten Armut bis zum Jahr 2015 (UN-Entwicklungsziel) und für Themen wie „Fairer Handel“ zu engagieren. Die beste Idee wird mit künstlerischer Unterstützung der international erfolgreichen Musiker Moby (USA) und Gentleman (D) für die Kinos verwirklicht. Der Ideengeber der besten eingesendeten Idee ist bei der professionellen Produktion seines Filmspots vor Ort und erhält im Frühjahr 2009 auf einer festlichen Filmpreis-Verleihung den „Sukuma Millennium Award“.

Hintergrund: Kreative Förderung globalen Engagements im Alltag

„Mit diesem Ansatz können wir ein breites Publikum auf originelle Weise an globale Nachhaltigkeitsthemen heranführen“, erklärt Sukuma-Gründer Sascha Kornek. Die eingereichten Filmideen für Spots zeigen auf kreative Art, wie man sich im Alltag für die globale Armutsbekämpfung einsetzen kann. „Jeder kann mitmachen; es geht darum, die Filmidee auf maximal einer A4-Seite zu beschreiben“, so Kornek. Der in Zukunft jährlich vergebene Preis wurde erstmalig 2007 in Luxemburg im Rahmen der Feierlichkeiten zur Kulturhauptstadt Europa überreicht. Mit seiner originellen Idee für einen Filmspot über die Ausbeutung der Kaffeebauern gewann der Berliner Niklas Warnecke (24) den „1. Sukuma Millennium Award“ und durfte seine Idee mit Unterstützung der Band MIA (D) verwirklichen. Der Spot läuft aktuell in 100 deutschen Kinos.

Die von Studenten aus Dresden ins Leben gerufene ehrenamtliche Initiative erhielt bereits zwei „Best-Practice“-Auszeichnungen (UNESCO und BMZ) und wird in der Öffentlichkeitsarbeit wesentlich von TransFair e.V., Oxfam Deutschland, Adveniat und der RTL-Tochter BCE sowie den Medienpartnern Audimax, StudiVZ und SPIESSER unterstützt. Auch nationale NGOs, deutsche Botschaften und Goethe-Institute, u.a. in Polen, Italien, Österreich, Großbritannien, Luxemburg, Schweden und Tschechien sind Teil des Sukuma-Netzwerkes. Hauptsponsor ist das Unternehmen Dr. Hauschka Kosmetik, das sich auch mit seiner Unternehmensphilosophie für mehr globale Nachhaltigkeit einsetzt. Gefördert wird das Projekt aus Mitteln der Kulturstiftung des Freistaates Sachsen, des Fonds Soziokultur und der Inwent gGmbH aus Mitteln des BMZ.

Bis zum 31.01.2009 können kreative Köpfe aus ganz Europa ihre Filmideen über die mehrsprachige Webseite www.sukuma.net einsenden und mehr über die prominenten Unterstützer sowie weitere Hintergrundthemen erfahren (z.B. bundesweite Kino-Aktionswochen, Verlosung von Gastrollen im Siegerspot, Video-Online-Rankings etc.).

Weitere Informationen:

- SUKUMA ARTS E.V. -

Ansprechpartner: Herr Sascha Kornek
Florian-Geyer-Str. 60 · 01307 Dresden
Tel.: 0049 (0) 351 - 44 66 045

E-Mail: media@sukuma.net

<http://www.sukuma.net/presse>

„BEST PRACTICE“-
PROJEKT FÜR
GLOBALES LERNEN 2007
ausgezeichnet vom
BUNDEMINISTERIUM
FÜR WIRTSCHAFTLICHE
ZUSAMMENARBEIT UND
ENTWICKLUNG



Hintergrund – Das Unterstützer-Netzwerk

Künstler: Die Alben des Musikers **MOBY** verkaufen sich weltweit millionenfach und erreichten Gold- bzw. Platin-Status in über 30 Ländern. Als Musiker, der alle Genres überschreitet, hat er bereits Musik für Filmerfolge wie „Die Bourne Identität“ (mit Matt Damon) und „The Beach“ (mit Leonardo Di Caprio) zur Verfügung gestellt. Moby wird die Produktion des Siegerspots des „2. Sukuma Millennium Award“ musikalisch unterstützen. **Gentleman**, einer der wenigen europäischen Reggae-Künstler, die auch in Jamaika anerkannt sind, erhielt 2003 den deutschen Musikpreis Echo und feiert aktuell mit seinem letzten Album „Another Intensity“ u.a. in Deutschland, Spanien, Portugal, Frankreich, den Niederlanden, Belgien und in Skandinavien Erfolge.

Dr.Hauschka Kosmetik kam in den 1960er Jahren als eine der ersten Naturkosmetiklinien auf den Markt. Die verwendeten Rohstoffe stammen, wenn immer möglich, aus biologisch-dynamischem, kontrolliert-biologischem Anbau oder aus Wildsammlungen. Dr.Hauschka Kosmetik fühlt sich dem Fair-Trade-Gedanken durch die Initiierung und Unterstützung von Anbauprojekten nach Fair-Trade-Vorbild in aller Welt verbunden. Das Unternehmen fördert den biologisch-dynamischen Landbau und ermöglicht Menschen in strukturarmen Ländern eine selbstbestimmte Zukunft.

TransFair e.V.: Der Faire Handel hat das Ziel, benachteiligten Produzentenfamilien in Afrika, Asien und Lateinamerika zu fördern. Als unabhängige Siegel-Initiative handelt TransFair nicht selbst mit Waren, sondern vergibt sein Fairtrade-Siegel für fair gehandelte Produkte. TransFair wird von 35 Mitgliedsorganisationen unterstützt. Derzeit bieten in Deutschland 110 Lizenznehmer rund 800 Fairtrade-Produkte an.

Oxfam Deutschland e.V. ist eine unabhängige Hilfs- und Entwicklungsorganisation, die sich – im Verbund von Oxfam International – weltweit für das Ende von Hunger und Armut einsetzt. Oxfam leistet Nothilfe in Krisen, stärkt sozial engagierte Kräfte vor Ort, deckt die der Armut zugrunde liegenden Strukturen auf und drängt Entscheidungsträger zum verantwortlichen Handeln.

Adveniat - Für die Menschen in Lateinamerika: Seit mehr als 40 Jahren unterstützt ADVENIAT kirchliche Initiativen zugunsten der Armen, Verfolgten und Minderheiten. Mit jährlich rund 3.400 Projekten in einem Gesamtvolumen von 40 Millionen Euro ist es die europaweit größte Hilfsaktion für Lateinamerika.

BCE: Broadcasting Center Europe mit Sitz in Luxemburg ist ein in Europa führender technischer Dienstleister in den Bereichen Fernsehen, Radio, Telekommunikation und IT. BCE bedient ca. 400 Kunden aus verschiedenen Bereichen, wie z. B. Fernsehsender, Radiostationen, Filmverleihe, Produzenten, Werbeagenturen, Telekom-Gesellschaften und öffentliche Dienstleister.

Audimax: Seit über 20 Jahren versorgen die Medien aus dem aud!max Verlag Studenten mit wichtigen Infos rund um Studium, Karriere und Lifestyle. „aud!max Die Hochschulzeitschrift“ hat eine Auflage von 415.000 Exemplaren und erscheint 9 mal pro Jahr.

StudiVZ: studiVZ.net ist das größte Online-Netzwerk für Studenten im deutschsprachigen Raum. Auf studiVZ bleiben Studenten mit ihren Freunden und Kommilitonen in Kontakt und tauschen sich untereinander aus. Über 5,5 Millionen registrierte Mitglieder zählen studiVZ bereits zum festen Bestandteil ihres täglichen Campus-Lebens.

SPIESSER: Gegründet in Dresden, ist SPIESSER mit einer Auflage von 1.000.000 Exemplaren heute Deutschlands größte frei verteilte Jugendzeitschrift. Im SPIESSER schreiben Jugendliche auf professionellem Niveau für Jugendliche.