



Presse-Information
27. April 2016

Initiative „Give Something Back to Berlin“ gewinnt Hauptpreis des Intercultural Innovation Award 2016.

Die BMW Group und die United Nations Alliance of Civilizations (UNAOC) zeichnen deutsche Initiative aus.

München. Mit dem ersten Platz des Intercultural Innovation Awards wurde in diesem Jahr die deutsche Initiative „Give Something Back to Berlin“ (GSBTB) ausgezeichnet. Zehn soziale Projekte aus aller Welt waren für den Award nominiert, mit dem die United Nations Alliance of Civilizations (UNAOC) und die BMW Group innovative interkulturelle Konzepte fördern. Im Beisein von H.E. Nassir Abdulaziz Al-Nasser (Hoher Repräsentant der UNAOC) und Bill McAndrews (Leiter Konzernkommunikationsstrategie, Unternehmens- und Marktkommunikation BMW Group) wurde der Preis gestern Abend im Rahmen des 7. Global Forum der United Nations Alliance of Civilizations in Baku, Aserbaidschan, verliehen. Die Berliner Initiative setzte sich aus nahezu 1.000 Bewerbern aus 120 Ländern durch und überzeugte die sechsköpfige, unabhängige Jury, bestehend aus Vertretern weltweit renommierter interkultureller Bildungseinrichtungen.

Deutsches Projekt gewinnt den Intercultural Innovation Award 2016

Stellvertretend für die gesamte „Give Something Back to Berlin“ Gemeinschaft nahm Gründerin Annamaria Olsson den mit 40.000 US Dollar dotierten Hauptpreis entgegen. Aus einer spontanen Idee gründete die schwedische Journalistin 2013 die Projekt-Plattform, über die Neu-Berliner aus aller Welt Zeit, Energie und Know-how in soziale Projekte und Nachbarschaftsarbeit einbringen können. Ziel ist es, Begegnungsplattformen für Menschen unterschiedlichster Herkunft zu schaffen, die sich normalerweise nicht über den Weg laufen würden. Dabei arbeitet GSBTB auf drei unterschiedlichen Ebenen: Engagierte Ehrenamtliche werden in lokale NGO Projekte vermittelt, es dient als Netzwerkplattform auf der Neuberliner zusammenkommen, um ihre eigenen Ideen zu entwickeln, und zudem werden ständig neue und eigene GSBTB Projekte initiiert.

GSBTB unterstützt und realisiert eine Vielzahl an Projekten für Flüchtlinge und leistet damit einen wichtigen Beitrag für nachhaltige Integration und interkulturelle

Verständigung. Geflüchtete Menschen sind dabei nicht nur Begünstigte, sondern werden ein fester Teil der GSBTB Gemeinschaft.

„Im Namen der GSBTB Gemeinschaft möchte ich mich bei der BMW Group und der UNAOC für diese besondere Auszeichnung bedanken. Mit ihrer vielfältigen Unterstützung können wir unsere Plattform und Projekte nachhaltig professionalisieren. Dieser Preis ist auch eine Anerkennung für den unermüdlichen Einsatz unserer unzähligen Freiwilligen. Ohne sie hätte ‚Give Something Back to Berlin‘ nicht zu diesem großen Ort der Begegnung für so viele Menschen aus aller Welt werden können“, freut sich Annamaria Olsson, Gründerin von GSBTB.

Intercultural Innovation Award fördert Nachhaltigkeit sozialer Projekte

Mit dem Intercultural Innovation Award zeichnen die BMW Group und die UNAOC seit 2011 jährlich zehn innovative soziale Projekte aus, die den Dialog und das interkulturelle Verständnis fördern und dadurch einen wichtigen Beitrag für wirtschaftliches Wachstum und Frieden in globalisierten Gesellschaften leisten. Dieses einmalige Kooperationsmodell zwischen dem Privatsektor und der UNAOC hat weitreichenden Einfluss, da beide Partner mit ihren Kompetenzen die Nachhaltigkeit der ausgewählten Projekte sicherstellen.

Ein Jahr lang erhalten das Team von „Give Something Back to Berlin“ und die neun weiteren Finalisten umfassende beratende Unterstützung von der BMW Group und der UNAOC: Neben einem Trainings- und Kapazitätsaufbauprogramm zu Themen wie Strategie oder Planung, werden sie in das exklusive Netzwerk der „Intercultural Leaders“ aufgenommen und profitieren von den weitreichenden Netzwerken der zwei globalen Partner.

„Wir freuen uns, dass in diesem Jahr eine Initiative aus Berlin den Hauptpreis des Intercultural Innovation Award erhält. Gemeinsam mit der UNAOC werden wir ‚Give Something Back to Berlin‘ ganz gezielt bei der Entwicklung eines Geschäftsmodells unterstützen. Die Zusammenarbeit mit einem zukunftsweisenden sozialen Start Up

ist eine Ehre für die BMW Group und wir freuen uns auf den gegenseitigen Wissensaustausch“, erklärt Bill McAndrews, Leiter Konzernkommunikationsstrategie, Unternehmens- und Marktkommunikation BMW Group.

Die diesjährigen Finalisten (alphabetische Reihenfolge) sind:

[The Blessing Basket Project – Artisan&You \(USA\)](#)

[The Coexist Initiative – Girls Education Equity Project \(Kenia\)](#)

[Give Something Back to Berlin e.V. – Give Something Back to Berlin \(Germany\)](#)

[International Council for Cultural Centers – Bread Houses Network \(Bulgarien\)](#)

[On Our Radar – From the Margins to the Front Page \(Großbritannien\)](#)

[Red Dot Foundation – Safecity \(Indien\)](#)

[Routes 2 Roots – Exchange for Change \(Indien\)](#)

[Shine a Light - CanalCanoa \(Brasilien/USA\)](#)

[SINGA – SINGA Kiwanda \(Frankreich\)](#)

[Unistream – Educating Tomorrow Leaders Today \(Israel\)](#)

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Michael Ebner
BMW Group
Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kommunikation Österreich

BMW Austria GmbH
Siegfried-Marcus-Strasse 24
5020 Salzburg
Tel. +43 662 8383 9100

BMW Motoren GmbH
Hinterbergerstrasse 2
4400 Steyr
Tel. +43 7252 888 2345
mail: michael.ebner@bmwgroup.at

Die BMW Group

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.

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

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.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>