



UTOPIA  
group of cinemas



bce))  
broadcasting center europe

## PRESSEMITTEILUNG

Roodt-sur-Syre, den 15. Februar 2011

### **Der Europäische Bürger-Filmpreis zur Förderung der UN-Millenniumsziele: Vorstellung des Siegerspots des "2. Sukuma Millennium Award" über Ausbeutung in der Sportartikelindustrie mit dem Hauptdarsteller Tom Leick**

Mit seiner berührenden Idee für einen Filmspot über die Ausbeutung von Textil- und Sportartikelarbeitern hat der 29-jährige Michal Wilczek den Europäischen Bürger-Filmpreis für die UN-Millenniumsziele „2. Sukuma Millennium Award“ gewonnen. Der Spot wurde in Mumbai (Indien), im größten Slum Asiens Dharavee (bekannt durch "Slumdog Millionaire"), und in Luxemburg gedreht und mit der musikalischen Unterstützung des Künstlers Moby realisiert. Einer der beiden Hauptdarsteller ist der luxemburgische Schauspieler Tom Leick, der die Aktion mit unterstützt: *"Aus persönlicher Erfahrung kann ich sagen, dass man leider viel zu wenig über die Herkunft und Hintergründe der Waren weiss, die man einkauft. Wie wenig von dem Geld was man bezahlt tatsächlich bei den Herstellern landet, zeigt der Clip auf beeindruckende Weise. Aber auch die extrem unterschiedlichen Arbeitsbedingungen und Lebensstandarde werden deutlich. Da die Arbeit von Sukuma und TRANSFAIR-MINKA zu einem grösseren Bewusstsein und einer erhöhten Sensibilisierung der Konsumenten beiträgt und die Armut und Not in Entwicklungsgebieten aufzeigt, war es mir eine Ehre, dieses Projekt durch meine Mitwirkung zu unterstützen."*

Im Jahr des europäischen Bürgerengagements 2011 verdeutlicht der prämierte Siegerspot, wie der Einsatz einzelner Menschen im Alltag etwas für die Erreichung der globalen Entwicklungsziele bewegen kann. Durch das außergewöhnliche Konzept des Filmpreissiegers werden die einzelnen Tagesabschnitte eines indischen Sweatshop-Arbeiters mit dem Tagesablauf eines europäischen Bürgers, dargestellt von Tom Leick, miteinander verwoben.

Wie dringend nötig nachhaltige Produktionsbedingungen und fairer Konsum für die globale Armutsbekämpfung sind, illustrieren die Schilderungen von Anannya Bhattacharjee, Gewerkschafterin der Asia Floor Wage Campaign: „Auch für Sieben-Tage-Arbeitswochen und bis zu 14 Arbeitsstunden pro Tag erhalten Millionen Textilarbeiter keine existenzsichernden Löhne“, erklärt Bhattacharjee. Dies greift der diesjährige Siegerspot, der nach der Premierenfeier in Berlin unter dem Titel „You buy more than you expect!“ und auch in Luxemburg verbreitet wird, eindringlich auf.

## Es gibt die faire Alternative: der FAIRTRADE Schuh

Seit über 30 Jahren werden die Schuhe von Ethletics im Sinne des fairen Handels hergestellt und vertrieben. ETHLETIC Sneakers tragen seit 2010 das Fairtrade Logo: es sind die ersten Freizeitschuhe, deren Baumwolle nach den internationalen Fairtrade Standards zertifiziert wurde. Sie sind aus 100% Bio-Baumwolle aus Indien genäht – kontrolliert vom Institut für Marktökologie (IMO), Schweiz. Sie haben Sohlen aus FSC zertifiziertem Naturkautschuk. Sie werden unter fairen Bedingungen in Pakistan produziert. Sie stammen aus der weltweiten Fußball-Industrie: In Sialkot / Pakistan lassen nahezu alle bekannten Marken ihre Bälle, aber auch Trikots und andere Sportartikel, produzieren. FairDeal Trading zahlt für die Verarbeitung einen Fair Trade Aufschlag, der für die Gesundheitsversorgung und für soziale Projekte genutzt wird. Die Gummilieferanten der Sneakers erhalten ebenfalls eine Fair Trade Prämie auf jedes Kilo Rohstoff.

## Hintergrund: Kreative Förderung globalen Engagements im Alltag

Der ehrenamtlich von Studenten initiierte Award zeichnet Filmideen von Bürgern zum Thema „globale Armutsbekämpfung“ aus. Einzureichen sind die Ideen auf einer einfachen DinA4-Seite beschrieben. „Wir richten uns explizit an Laien und regen die Menschen an, sich kreativ mit dem Thema „globale Nachhaltigkeit“ zu beschäftigen“, so Sascha Kornek. Der Preis wurde erstmalig 2007 im Rahmen der Feierlichkeiten zur Kulturhauptstadt Europa in Luxemburg überreicht. TRANSFAIR-MINKA gehört zu den Unterstützern der ersten Stunde. Mit seiner originellen Idee für einen Filmspot über die Ausbeutung der Kaffeebauern gewann damals der Berliner Niklas Warnecke und durfte seine Idee mit Unterstützung der Broadcasting Center Europe aus Luxemburg verwirklichen. Der 3. Sukuma Millennium Award wird im Frühjahr 2012 ausgeschrieben werden.

In Luxemburg wird Sukuma von TRANSFAIR-MINKA, der Utopiagruppe sowie der RTL-Tochter BCE unterstützt. Auch NGOs in Deutschland, Polen, Italien, Österreich, Schweden und Spanien sind Teil des Sukuma-Netzwerkes. Hauptsponsor des Awards ist das Unternehmen Dr.Hauschka Kosmetik, das sich auch mit seiner Unternehmensphilosophie für mehr globale Nachhaltigkeit einsetzt.

## Die Sukuma Initiative

Sukuma arts e.V. setzt sich seit 2007 für die globalen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen ein, z.B. für die Halbierung der weltweiten Armut. Sukuma will informieren und aufzeigen, was jeder in seinem Alltag für die Erreichung dieser Ziele bewegen kann. Um dabei neue, kreative Wege zu gehen und viele Menschen zu erreichen, schreibt Sukuma z.B. den europaweiten Filmpreis „Sukuma Millennium Award“ aus, bei dem jeder medienwirksam seine Idee für einen Werbespot rund um die globalen Entwicklungsziele einreichen und mit prominenten Künstlern realisieren kann. Unterstützung erhält Sukuma dabei von einem internationalen Partner-Netzwerk. Weiterhin entwickelt die Initiative innovative Lösungen für die Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE).

## Die Unterstützer

### 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 DiCaprio) zur Verfügung gestellt. Moby unterstützte die Produktion des Siegerspots des „2. Sukuma Millennium Award“ musikalisch.

### Medienpartner

In Luxemburg unterstützen mehrere Partner den Sukuma Millennium Award: der Siegerspot wird auf den Webseiten [www.rtl.lu](http://www.rtl.lu) und [www.wort.lu](http://www.wort.lu) zu sehen sein.

### **TRANSFAIR-MINKA a.s.b.l.**

Der Faire Handel hat das Ziel, benachteiligte Produzentenfamilien in Afrika, Asien und Lateinamerika zu fördern. Als unabhängige Siegel-Initiative handelt TRANSFAIR-MINKA nicht selbst mit Waren, sondern vergibt sein Fairtrade-Siegel für fair gehandelte Produkte. TRANSFAIR-MINKA wird von rund 30 Mitgliedsorganisationen unterstützt.

### **Utopia Gruppe**

Der Siegerspot wird in den Kinovorstellungen und auf den Internetseiten von der Utopiagruppe zu sehen sein.

### **BCE**

Das Broadcasting Center Europe mit Sitz in Luxemburg ist einen 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.

