

mcR&D GmbH
PRESSEINFORMATION

Wärme spenden: Berliner Fenster unterstützt Kältehilfe der Berliner Stadtmission

Berliner Fenster unterstützt Kältehilfe der Berliner Stadtmission

Berlin, 21.12.2012

Menschen, die kein Dach über dem Kopf haben, gehören zu den Schattenseiten der Metropole: In Berlin leben etwa 11.000 Menschen ohne Wohnung. Nicht ungewöhnlich, dass jemand im Sommer auf einer Bank im Park übernachtet. Aber was wird im Winter mit denen, die keinen geschützten Platz zum Schlafen haben? Selbst bei Temperaturen, die noch einiges über Null liegen, kann eine Nacht unter freiem Himmel ein tödliches Risiko sein.

Hier leistet die Kältehilfe der Berliner Stadtmission einen unschätzbaren Dienst. Seit 1994 in der Hauptstadt der erste Kältetote zu beklagen war, schickt sie ihren Kältebus durch die nächtlichen Straßen und bietet den Betroffenen Hilfe an. Das kann die Unterbringung in einer Notübernachtung oder medizinische Unterstützung sein. Wer von der Straße wegkommen will, dem eröffnet die Stadtmission die Chance, in einem der von ihr geförderten Projekte, die von hoch motivierten Mitarbeitern betreut werden, neu zu beginnen. Das Berliner Fenster unterstützt das Projekt, das sich aus Geld- und Sachspenden finanziert. Mit Ausstrahlungen an besonders kalten Tagen fordern die Spots der Hilfsorganisation zur Spende auf und wecken die Aufmerksamkeit der täglich rund 1,5 Millionen Zuschauer des Berliner U-Bahn-Fernsehens.

„Wir freuen uns, dass wir den Kältebus und die Arbeit der Kältehilfe unterstützen können“, sagt Thomas Dutz, Marketingleiter der Berliner Fenster GmbH. „Obdachlose halten sich oftmals im Umfeld von U-Bahnhöfen auf. Und trotz dieses fast alltäglichen Anblicks setzen wir uns kaum mit ihren Lebensumständen auseinander. Mit dem Berliner Fenster haben wir ein reichweitenstarkes Medium, das die Menschen dort erreicht, wo sich die Betroffenen häufig aufhalten.“ Das unterstütze die Spendenakquise und Sorge dafür, dass die Menschen sensibilisiert und auf hilfsbedürftige Personen hinweisen würden.

Eine regelmäßige Streuung des Spots gewährleistet, dass die Kampagne ins Blickfeld gerät und im Gedächtnis des Betrachters bleibt. „Wenn die Witterungsverhältnisse sich ändern und es kälter wird, erhöhen wir die Frequenz“, sagt Dutz. „Dadurch erhält die Botschaft noch größere Wirksamkeit.“ Die Kältehilfe hilft vom 1. November eines jeden Jahres bis zum darauffolgenden 31. März. In den letzten Jahren hat die Initiative zehntausenden obdachlosen Menschen geholfen und einige vor dem sicheren Tod durch Erfrieren bewahrt. Die Kältehilfe ist nur eines von vielen Projekten der Berliner Stadtmission.

Pressekontakt:

Rita Burkert · Unternehmenskommunikation · mc R&D GmbH
Hauptstraße 3 · D- 10827 Berlin
Tel.: + 49 [0] 30-817 98 59 43 · rita.burkert@mcrud.de

mcR&D GmbH
PRESSEINFORMATION

Going Underground ist beim deutschlandweiten Kurzfilmtag dabei

Ultra-Kurzfilme am kürzesten Tag des Jahres

Berlin, 19.12.2012

Es ist der kürzeste Tag des Jahres. Und es ist das Datum, an dem zum allerersten Mal in Deutschland der Kurzfilm gefeiert wird. Bundesweit und 24 Stunden lang werden am 21. Dezember 2012 Kurzfilme in den verschiedensten Locations vom Einkaufszentrum bis zur Bibliothek zu sehen sein.

Auch die Fahrgäste der Berliner U-Bahn können sich an den kleinen Kunstwerken erfreuen. Denn Going Underground, das Kurzfilmfestival des Berliner Fahrgastfernsehens, ist mit von der Partie und zeigt rund um die Uhr - 24 Stunden lang - drei ausgewählte Kurzfilme. Erstmals präsentiert das Festival in Kooperation mit Elb TV Dresden und Fahrgast TV Leipzig auch Filme in den Straßenbahnen und Bussen dieser beiden Städte.

Ziel des von der AG Kurzfilm koordinierten Projektes ist es, Kurzfilme in ihrer ganzen Vielfalt, Kreativität und Experimentierfreude zu zeigen und als eigenständige Kunstform sichtbar zu machen. Und genau das wollen auch die Macher von Going Underground. Seit zehn Jahren bringt das Berliner Fenster den international bekannten Wettbewerb auf die Schiene und präsentiert vor einem breiten Publikum ausgewählte Kurzfilme im wohl längsten Kino der Welt. Mit Erfolg, denn mittlerweile ist das Kurzfilmfestival ein Exportschlager geworden und läuft zeitgleich in Berlin und Seoul.

„Kurzfilme passen hervorragend zu unserem Medium“, sagt Festivalleiter Fred Kuhaupt. „Immer mehr Menschen beziehen ihre Informationen unterwegs. Das macht es aber auch notwendig, ein Programm anzubieten, das der Rezeptionssituation der Fahrgäste und der durchschnittlichen Aufenthaltszeit in der U-Bahn entspricht. Ein Kurzfilm unterhält oder berührt die Zuschauer, auf alle Fälle sorgt er in einem öffentlichen Verkehrsmittel dafür, dass sich die Fahrzeit verkürzt – zumindest gefühlt.“

Die Idee zum kürzesten Tag des Jahres stammt aus Frankreich, wo LE JOUR LE PLUS COURT bereits im vergangenen Jahr mit großer Resonanz gefeiert wurde. Dort beteiligten sich über 500 Veranstalter in 350 Städten mit insgesamt 6.000 Vorstellungen an dem Event.

In Deutschland sollten in den kommenden Jahren immer mehr Mitstreiter gewonnen werden, so dass dieser Tag zu einer festen Größe im deutschen und europäischen Kulturkalender wächst.

Pressekontakt:

Rita Burkert · Unternehmenskommunikation · mc R&D GmbH
Hauptstraße 3 · D- 10827 Berlin
Tel.: + 49 [0] 30-817 98 59 43 · rita.burkert@mcrud.de

mcR&D GmbH
PRESSEINFORMATION

Land der Ideen: Auszeichnung für das längste rollende Kino der Welt

Deutschland – Land der Ideen

Berlin, 15.2.2012

Einmal im Jahr verwandelt sich die Berliner U-Bahn in das größte Kino der Welt und die Fahrgäste in die Jury eines Filmfestivals, das in dieser Form einzigartig ist.

Das wurde jetzt mit einer Auszeichnung gewürdigt, die der Event von der Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ erhielt: Going Underground gehört zu den diesjährigen Preisträgern des von der Initiative veranstalteten Wettbewerbs „365 Orte im Land der Ideen“. In der Rubrik Kultur wurde das vom Berliner Fenster veranstaltete Kurzfilmfestival aus mehr als 2000 Bewerbungen von einer unabhängigen Jury prämiert.

Mit dem Prädikat „ausgewählte Orte“ zeichnen die Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ und die Deutsche Bank gemeinsam Ideen und Projekte aus, die einen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit Deutschlands leisten. Ausgezeichnet werden zukunftsweisende Ideen und Projekte, die die Ideenvielfalt und Innovationskraft Deutschlands sichtbar und erlebbar machen. Going Underground konnte die Jury von seiner Kreativität und Innovation überzeugen: „Das internationale Kurzfilmfestival „Going Underground“, so die Begründung für die Auszeichnung, „verschafft dem Kurzfilm einen Platz in der öffentlichen Wahrnehmung. Während der Festivalwoche werden auf allen zehn Berliner U-Bahn-Linien sogenannte „Ultrashorts“ abgespielt, die nicht länger als 90 Sekunden dauern. Parallel sehen die Fahrgäste der U-Bahn in der Kooperationsstadt Seoul die Filme. Die Passagiere bilden die Jury, die per Abstimmung die besten Beiträge wählt. Mit seinem außergewöhnlichen Konzept verankert das Festival die Kurzfilmkultur im Alltag und erreicht Menschen aller Altersgruppen, Kulturen und sozialen Schichten.“

„Ich bin sehr stolz, dass wir aus den sicher zahlreichen Beiträgen ausgewählt wurden und bedanke mich ausdrücklich bei allen, die für unsere Idee gestimmt haben“, freut sich Andreas Orth, geschäftsführender Gesellschafter der Berliner Fenster GmbH über die Auszeichnung. Aus allen 365 „Ausgewählten Orten“ prämiert die Wettbewerbsjury zusätzlich in jeder der sechs Wettbewerbskategorien einen Bundessieger. Diese Preisträger aus den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft, Umwelt, Bildung und Gesellschaft stehen beispielhaft für die Innovationskraft ihrer Wettbewerbskategorie. Die Öffentlichkeit kann außerdem ihren Publikumsliebbling wählen. Die Preisverleihung findet im Rahmen der Siegerehrung zu Going Underground 2012 statt, mit der der Kurzfilmwettbewerb seinen krönenden Abschluss findet.

Pressekontakt:

Rita Burkert · Unternehmenskommunikation · mc R&D GmbH
Hauptstraße 3 · D- 10827 Berlin
Tel.: + 49 [0] 30-817 98 59 43 · rita.burkert@mcrud.de