

Gemeinsam stark



Mit einem neuen Videospot will die Entwicklungs-Organisation **One** erreichen, dass das Thema Armutsbekämpfung „ein starkes Kapitel im Koalitionsvertrag wird“. Zu sehen sind eine Frau und ein Mann in einem Restaurant, die während des Gesprächs von zahlreichen Prominenten unterbrochen werden. So treten unter anderem der „U2“-Sänger **Bono**, der deutsche Schauspieler **Jan Josef Liefers** sowie der Comedian **Michael Mittermeier** in dem Video auf. Es soll im Oktober in mehr als 400 Kinosälen in ganz Deutschland zu sehen sein. Den anderthalbminütigen Clip hat One eigens für die Zeit der Koalitionsverhandlungen zwischen Union und FDP drehen lassen.

www.one.org

Klimaschutz

Sauber leasen

Der **Verkehrsclub Deutschland (VCD)** hat gemeinsam mit sechs europäischen Umweltverbänden die Klimaschutz-Kampagne „**Cleaner Car Contracts**“ gestartet. Ziel der seit Ende September laufenden Aktion ist es, Leasing-Unternehmen dazu zu bewegen, mehr umweltfreundliche Fahrzeugen anzubieten. „Wir rufen die Unternehmen dazu auf, verstärkt auf verbrauchs- und schadstoffarme Autos zu setzen“, erklärte **Michael Müller-Görnert**, Verkehrsexperte beim VCD gegenüber p&k. Firmen, die besonders umweltschonende Fahrzeuge vorweisen, werden vom VCD mit dem „Cleaner Car Contracts“-Award ausgezeichnet. Nach Angaben des Verbands werden europaweit 30 Prozent aller Neuwagen durch Leasing-Firmen angeschafft. Da gewerblich genutzte Fahrzeuge in der Regel nach wenigen Jahren auf dem Gebrauchtwagenmarkt angeboten werden, kommt Leasing-Unternehmen eine Vorreiterrolle im Klimaschutz zu.

www.vcd.org/flottenmanagement

Appell an die Helfer

Das **Bündnis zum Schutz von Mädchen vor Genitalverstümmelung** knüpft jetzt mit einer Kampagne an das Thema des Films „Wüstenblume“ an: Es ruft zum Schutz von Patenmädchen in Entwicklungshilfeprojekten auf. Der Film befasst sich mit dem Fall des Models **Waris Dirie**, die als Mädchen Opfer von Genitalverstümmelung wurde. Die Initiative wendet sich an Entwicklungsorganisationen, die Patenschaften für Mädchen in Ländern



vermitteln, in denen die genitale Verstümmelung praktiziert wird. Eine der Kernforderungen: Die Organisationen sollen „den Verzicht auf die Verstümmelung in ihren Förderkriterien verankern“. Paten sollen sich über eine Internetseite per Brief direkt an die Entwicklungshelfer wenden. Das Bündnis ist ein Zusammenschluss von acht Nichtregierungsorganisationen, persönlich Betroffenen und Künstlern wie der senegalesischen Hip-Hop-Sängerin **Sister Fa**.
www.patenmaedchen.de

Datenschutz

Kampf um Freiheit

Mit dem Aufruf „**Hol dir deine Daten zurück!**“ haben zahlreiche europäische Gruppen und Netzwerke in Berlin eine Kampagne gegen die Speicherung von Personendaten durch Polizeibehörden begonnen. Die Initiatoren wollen Bürger dazu bewegen, sich bei polizeilichen Datenbanken über eine etwaige Speicherung zu erkundigen. „Die Last, die eigene Unschuld zu beweisen, obliegt den Betroffe-

nen. Der Freispruch vom nagenden Verdacht muss mühselig auf dem Rechtsweg erkämpft werden“, sagte **Eric Töpfer** vom Berliner Institut für Bürgerrechte und öffentliche Sicherheit. Im Mittelpunkt ihrer Kritik steht das „Stockholm-Programm“ der EU-Innenminister, das in den nächsten fünf Jahren einen grenzenlosen Informationsverbund – unter Einbezug der USA – schaffen will.

Investorensuche

Partnersuche auf Niedersächsisch



Manchmal sind es nur wenige Sekunden, die bei der Partnersuche entscheidend sind. Nicht viel länger dauert es auch in dem im Oktober angelaufenen TV-Spot „Speed-Dating auf Niedersächsisch“ des Landes **Niedersachsen**. Er ist Teil der Kampagne „Wenn Technik Herzen ent-

flammt“, mit der die Landesregierung Investoren auf die Innovationsfähigkeit Niedersachsens aufmerksam machen will. In dem Clip treffen zwei niedersächsische Singles auf einer Speed-Dating-Veranstaltung aufeinander, deren Anziehungskraft spontan zunimmt, als sie auf ihre beruflichen Tätigkeiten zu sprechen kommen. Der Clou: Sie imponieren einander mit dem gratlosen Präzisions Schmieden von Kurbelwellen und elektrohydraulischen Lenksystemen mit Deichsensoren. Der Spot wird drei Wochen lang täglich mehrmals auf den Sendern NTV und N24 ausgestrahlt. Für die Konzeption zeichnet die Agentur **Jung von Matt/Alster** verantwortlich.

www.mw.niedersachsen.de