

[www.benetton.com/africaworks-press](http://www.benetton.com/africaworks-press)  
[www.birima.org](http://www.birima.org)  
[www.benettonpress.mobi](http://www.benettonpress.mobi)

**Im Februar 2008 startet die neue, weltweite  
Kommunikationskampagne für das Kleinkredit-Projekt in  
Senegal  
AFRICA WORKS  
Benetton unterstützt und fördert ein Afrika für Afrikaner.  
In Zusammenarbeit mit Youssou N'Dour**

UNITED COLORS  
OF BENETTON.



Dakar, 13 Februar 2008. Benetton stellt das arbeitende Afrika in die vorderste Reihe: die weltweite Kommunikationskampagne 2008 unterstützt das Kleinkredit-Projekt in Senegal von Birima, der Kreditgenossenschaft, die vom senegalesischen Sänger Youssou N'Dour gegründet wurde und die von Benetton Group eine bedeutende, finanzielle Unterstützung erhielt.

**Africa Works** - das ist die Botschaft der von Fabrica erarbeiteten Kampagne - wird ab Februar 2008, über Plakate und Presse, weltweit Bilder von arbeitenden Senegalesen zeigen, die sich dank zweckorientierter Finanzierungen eine kleine, selbständige Existenz aufbauen konnten. Diese arbeitenden Menschen, die von James Mollison mit ihren Arbeitsgeräten vor neutralem Hintergrund fotografiert wurden - darunter unter vielen ein Fischer, ein Anstreicher, ein Musiker, ein Juwelier, eine Bäuerin, ein Schneider, zwei Textilverkäufer, ein Boxer - werden von alltäglichen Figuren zu konkreten Symbolen für ein Afrika, das über die Würde der Arbeit die Armut bekämpft, sich einen gerechten Fortschritt zum Ziel setzt, seine Reichtümer nutzt und wieder zum Gestalter der eigenen Zukunft wird.

Alessandro Benetton, Exekutiv-Vizepräsident von Benetton Group, bestätigt die überzeugte Teilnahme am Projekt: "wir haben uns zur Unterstützung und Förderung dieses wichtigen Projekts entschlossen, da es mehr als traditionelle Hilfsprogramme eine konkrete Maßnahme ist, um die Entwicklung des lokalen Kleinunternehmertums im Wege wirksamer Finanzierungen über Kleinkredite zu fördern. Es ist ein Projekt, das auf unternehmerische Fähigkeiten, fleißige Arbeit, Optimismus und Interesse für die Zukunft setzt und deshalb darauf abzielt, ein neues Afrika wirksam zu unterstützen".

Wie Youssou N'Dour, einer der bekanntesten afrikanischen Sänger und engagierter Kämpfer für humanitäre Projekte, ausführt: "meine eigene Erfahrung hat mir die Augen geöffnet und gezeigt, dass ein Darlehen, auch wenn der Betrag gering ist, eine wirkungsvolle Methode im Kampf gegen Armut ist, wenn es dazu dient, eine Idee zu entwickeln oder ein Projekt zu verwirklichen. Daher ist es notwendig, dass sich alle der Bedeutung von Kleinkrediten bewusst werden: Afrika verlangt keine Almosen, sondern rückzahlbare Darlehen zu begünstigten Zinsen."

Parallel zu Presse und Plakaten kann die neue Benetton-Kampagne, die im Februar 2008 offiziell in Dakar präsentiert wird, auf eine Reihe von Aktionen und Events setzen: eine Sonderbeilage zu Colors 73 über Geld in seinen unendlichen Formen und Substanzen; eine Neuauflage von Birima, ein von Youssou N'Dour bereits 2000 aufgenommener Song, der von ihm mit der außerordentlichen Beteiligung von Patti Smith, Simphiwe Dana, Irene Grandi und Francesco Renga, 2008 neu arrangiert wurde; ein in Dakar gedrehter Videoclip für den Song; ein Zeichentrickfilm zum Thema Mikrokredite, der zu diesem Zweck für die senegalesische Gemeinschaft und afrikanische TV-Stationen gedreht wurde; eine spezielle Benetton Website für diese Kampagne und die begleitenden Events, sowie das Portal [www.birima.org](http://www.birima.org), beide entworfen und realisiert von Fabrica. Die Kampagne Africa Works wird auch während der internationalen Tournee des Sängers, insbesondere beim Konzert in Paris Bercy am 5. April 2008, eine führende Rolle spielen.

Birima, die von N'Dour gegründete Kreditgenossenschaft, bietet Finanzierungen für kleine und mittlere Unternehmen, Handwerker, freiberuflich Tätige und Künstler zur Gründung und selbständigen Entwicklung ihrer Aktivitäten. Birima ist nicht nur ein international erfolgreicher Song-Titel des Sängers, sondern auch der Name eines legendären Königs von Senegal, der nur einmal im Jahr sprach und zum Symbol für den Wert eines gegebenen Wortes wurde, ein Moral-Kodex, der an die Leitlinien einer Gesellschaft erinnert: wer um einen Kredit ansucht, muss keine anderen Garantien geben als sein Wort und die Achtbarkeit seiner Familie.

Und gerade im Vertrauen auf ethische Grundsätze wie Ehre und Würde, die fest in der afrikanischen Tradition verwurzelt sind, blickt Birima auf die Zukunft dieses Kontinents und kommt der steigenden Nachfrage nach Finanzierungen entgegen: ermöglicht werden auch größere Finanzierungen als die traditionellen Kleinkredite, sowohl hinsichtlich der Höhe als auch der Rückzahlungsfristen, sofern das eingereichte Projekt eine positive Auswirkung auf die Gemeinschaft hat und tatsächlich Gewinn- und Entwicklungschancen garantieren kann. Von Senegal aus, das als Pilot-Projekt gewählt wurde, weil es (trotz noch sehr großer Einkommensunterschiede) eines der stabilsten Länder ist, soll dieses von Birima entwickelte Kleinkredit-Modell nach und nach auch in andere afrikanische Länder exportiert werden.

Mit der neuen Kampagne nimmt Benetton einige der Grundgedanken auf, die in der Kommunikation des Unternehmens immer vertreten waren. Durch Unterstützung und Förderung eines Fonds, der Arbeit in Senegal finanziert, wird die Bedeutung der Zusammenarbeit mit Institutionen unterstrichen, die sich konkret für Solidarität einsetzen und gleichzeitig das Engagement des Individuums als erstes Rädchen zur Veränderung einer ganzen Gesellschaft aufwerten. Gedanken, die bereits 2001 mit der in Zusammenarbeit mit United Nations Volunteers im Internationalen Jahr der freiwilligen realisierten Kampagne Volunteers in Colors, ihren Ausdruck fanden. Sie wurden 2003 mit der Kampagne Food for Life gemeinsam mit World Food Programme wieder

aufgenommen und 2004 mit der Kampagne zum Schutz der Menschenaffen James & Other Apes fortgesetzt.

**Für weitere Informationen und Kontakte:**

+39 0422519036