

## **PRESSEINFORMATION**

Nr.031/FY 2015, Juli 2015

### **Panasonic nominiert Finalisten für internationalen Kid Witness News Film-Wettbewerb 2015 Realschule Isernhagen steht mit sechs weiteren Schulen im Finale um den Award, der am 26. August in Singapur verliehen wird**



**Hamburg, Juli 2015 – Panasonic hat die sieben Finalisten aus sieben Ländern bekannt gegeben, die im Finale des internationalen Panasonic Kid Witness News (KWN) Wettbewerbs gegeneinander antreten. Auch eine deutsche Schule ist unter den Teilnehmern der Endrunde – die Hannoveraner Realschule Isernhagen qualifizierte sich mit einer Dokumentation über das Leben einer Zirkusfamilie. Die Gewinner des Awards werden am 26. August auf der KWN Preisverleihung in Singapur bekanntgegeben. Dies ist die erste internationale Preisverleihung in Südostasien.**

Kid Witness News ist ein praxisorientiertes Video-Bildungsprogramm, das von Panasonic ausgerichtet wird, um die Bildung junger Generationen zu fördern. Der internationale Wettbewerb wird derzeit in 19 Ländern und Regionen ausgetragen. Panasonic stellt dabei Schulen Videokameras und zusätzliches Equipment für ihre Videoproduktion zur Verfügung. Weiterer Teil des Programms ist der Filmwettbewerb, der einmal jährlich die Videoarbeiten von Schülern zwischen 10 und 15 Jahren

Diesen Presstext und die Pressefotos (downloadfähig mit 300 dpi) finden Sie im Internet unter

[www.panasonic.com/de/corporate/presse.html](http://www.panasonic.com/de/corporate/presse.html)

auszeichnet. Für die Umsetzung wählen die Schüler ein eigenes Thema und produzieren ihren Film komplett in Eigenregie – von der Planung, über die Drehbucheerstellung bis hin zum Filmen und Bearbeiten des Kurzfilms. Derzeit nehmen weltweit etwa 5.000 Schüler mit ihren Lehrern am Programm teil. Der erste Wettbewerb fand 1989 in den Vereinigten Staaten statt. Im vergangenen Jahr feierte KWN sein 25-jähriges Jubiläum. Bis zu diesem Zeitpunkt hatten bereits mehr als 170.000 Schüler weltweit am Programm teilgenommen.

Beim aktuellen Wettbewerb haben 553 Schulen aus 19 Ländern und Regionen ihre selbstproduzierten fünfminütigen Videos eingereicht. Der diesjährigen Wettbewerb steht thematisch unter den Überschriften: „Kommunikation“ und „Ökologie“. Die Videos beschäftigten sich aus der Sichtweise der Schüler mit Fragen aus dem Alltag. So geht es bei den Videobeiträgen etwa um den Einfluss und die Wechselwirkung von Social Media, ökologische Fragen, Erdbeben oder die Interaktion mit Familienmitgliedern oder Menschen mit Behinderung. Eine Übersicht zu den Themen der sieben Finalisten findet sich am Ende der Pressemeldung.

Die Videos der Finalisten können auf der offiziellen Webseite der KWN Wettbewerbs angesehen werden: <http://www.panasonic.com/global/corporate/kwn/contest2015/>

Weiterführende Links:

Informationen zu Kid Witness News: <http://www.panasonic.com/global/corporate/kwn/>  
sowie [www.kidwitnessnews.de](http://www.kidwitnessnews.de)

Bildungsaktivitäten von Panasonic:

<http://www.panasonic.com/global/corporate/sustainability/citizenship/education/>

## Übersicht zu den Themen der sieben Finalisteneinreichungen

	Land / Name der Schule Video Titel	Thema / Zusammenfassung
1	<China> Beijing Haidian Wanquan Grundschule	Ein Mädchen verliert ihre Mutter und lebt zusammen mit ihrem Vater, Stiefmutter und Stiefschwester. Sie spürt, dass sie nicht zur Familie gehört, als niemand ihren Geburtstag feiert. Das Video macht deutlich, wie wichtig es für Kinder ist, Liebe und Zuneigung von ihren Familien zu bekommen.
	Happy Birthday	
2	<Deutschland> Realschule Isernhagen	Im Mittelpunkt der Dokumentation steht eine reisende Zirkusfamilie mit ihrem einzigartigen Lebensstil, der sich sehr von einem normalen Alltag, wie wir ihn kennen, unterscheidet. Gezeigt wird das tägliche Leben der Zirkusartisten und deren Kinder sowie Backstage-Szenen.
	Circus Mulan	
3	<Japan> Nakoso 1st Junior High School	Fukushima steht immer noch unter dem Einfluss des Erdbebens vor vier Jahren. Schüler der Mittelschule in der Region lernen durch die Teilnahme an einem Wohltätigkeits-Marathon in Tokio und über Aktionen für die Unterstützung der Leidtragenden von Fukushima, wie wichtig es ist, mit anderen Menschen in Kontakt zu kommen und sich auszutauschen.
	Run! Nako-ichi Run!... for Fukushima	
4	<Malaysia> Benoni Secondary School Papar, Sabah, Malaysia	Ein Mädchen im Teenageralter wird langsam süchtig nach Selfie-Fotos, die sie mit ihrem Smartphone macht und verbringt damit mehrere Stunden des Tages. Das führt zu einer drastischen Veränderung ihres Charakters und endet in einem dramatischen Vorfall. Das Video transportiert die Botschaft, dass man akzeptieren soll wie man ist, und nicht wie man auf Fotos aussieht.
	JUST CLICK IT	
5	<Singapur> Clementi Town Secondary School	Das Video zeigt Interviews mit Studenten und College-Professoren um zu untersuchen, wie Social Media Profile das Selbstwertgefühl von Menschen bestimmt. Es warnt davor, Social Media zu viel Gewicht zu geben. Das Video kombiniert Animationen und Live-Material.
	Social ME-dia	

6	<Thailand> Montfort College	Ein sehbehindertes Mädchen geht auf eine reguläre Schule und während sie sich Sorgen macht, andere Mitschüler zu belasten, überwindet sie ihre Schwierigkeiten an der Schule und akzeptiert sich letztendlich selbst. Sie meistert mit Hilfe ihrer Freunde den Schulabschluss.
	Blind's Diary	
7	<USA> Val Verde High School	Ein Mädchen im Teenageralter durchlebt eine verstörende Erfahrung während sie sich in einen Jungen verliebt, den sie über SNS kennengelernt hat. Das Video macht die Gefahren deutlich, die durch Freundschaften auf Social-Networks entstehen, von denen viele Jugendliche abhängig sind.
	FACE TO FACE	

(Länderauflistung in alphabetischer Reihenfolge)

## Über „Kid Witness News:

Beim „Kid Witness News“ Filmwettbewerb von Panasonic setzen Schüler jährlich in fünfminütigen Kurzfilmen das Wettbewerbsmotto „Die Welt durch deine Augen sehen“ um. Sie orientieren sich dabei an den vorgegebenen Themen aus den Bereichen Kommunikation und Ökologie. Panasonic stellt das Equipment zur Verfügung und hilft mit Experten-Workshops und Handbüchern. „Der Wettbewerb unterstützt die Schüler dabei, ihre Gedanken und Vorstellungen gemeinsam filmisch umzusetzen“, so Michael Langbehn. „Er fördert Kreativität, Teamgeist und sensibilisiert Kinder und Jugendliche für ökologische und soziale Probleme.“ Dieses Jahr nahmen weltweit mehr als 10.000 SchülerInnen aus über 553 Schulen und 19 Ländern teil. Weitere Infos unter [www.kidwitnessnews.de](http://www.kidwitnessnews.de)

## 19 Länder und Regionen die an KWN teilnehmen

North America	Canada, United States
Central and South America	Chile
Europe	Austria, Czech Republic, Germany, Slovakia
Middle and Near East	Iraq, Lebanon, United Arab Emirates
Asia	China, Hong Kong, Indonesia, Japan, Malaysia, Singapore, Thailand, Vietnam
Oceania	New Zealand

(Länderauflistung in alphabetischer Reihenfolge)

# Panasonic

## **Über Panasonic:**

Die Panasonic Corporation gehört zu den weltweit führenden Unternehmen in der Entwicklung und Produktion elektronischer Technologien und Lösungen für Kunden in den Geschäftsfeldern Consumer Electronics, Housing, Automotive, Enterprise Solutions und Device Industries. Seit der Gründung im Jahr 1918 expandierte Panasonic weltweit und unterhält inzwischen 468 Tochtergesellschaften und 94 Beteiligungsunternehmen auf der ganzen Welt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr (Ende 31. März 2015) erzielte das Unternehmen einen konsolidierten Netto-Umsatz von 7,715 Billionen Yen/57,629 Milliarden EUR. Panasonic hat den Anspruch, durch Innovationen über die Grenzen der einzelnen Geschäftsfelder hinweg Mehrwerte für den Alltag und die Umwelt seiner Kunden zu schaffen. Weitere Informationen über das Unternehmen sowie die Marke Panasonic finden Sie unter [www.panasonic.net](http://www.panasonic.net).

## **Weitere Informationen:**

Panasonic Deutschland  
Eine Division der Panasonic Marketing Europe GmbH  
Winsbergring 15  
D-22525 Hamburg (Germany)

## **Ansprechpartner für Presseanfragen:**

Michael Langbehn  
Tel.: +49 (0)40 / 8549-0  
E-Mail: [presse.kontakt@eu.panasonic.com](mailto:presse.kontakt@eu.panasonic.com)