

VERDENS BEDSTE NYHEDER

De danske udviklingsorganisationer
i samarbejde med DANIDA og FN



www.verdensbedstenyheder.dk

Pressemeddelelse, 17. august

De danske udviklingsorganisationer og FN i nytænkende fælles u-landskampagne

Nu lancerer de danske udviklingsorganisationer, FN og Danida en anderledes oplysningskampagne, "Verdens Bedste Nyheder". Den bakkes op af knapt 50 danske virksomheder.

Kampagnen vil fortælle danskerne den glædelige nyhed, at indsatsen mod verdens nød og elendighed rent faktisk har skabt forbløffende store fremskridt verden over. Og en ny undersøgelse viser, at den nyhed vil komme meget bag på de fleste danskere. Det er første gang, de danske udviklingsorganisationer går sammen i en så stor, fælles satsning.

Indsatsen for verdens fattige og nødlidende virker. Der sker afgørende og varige fremskridt for hundreder af millioner mennesker. Det er den overraskende nyhed, som en helt ny kampagne vil fortælle danskerne. En kampagne, der på flere måder er nytænkende.

"Verdens Bedste Nyheder" lanceres i dag, og den vil blive synlig i form af information og aktiviteter, som vil nå ud i snart sagt hver en krog af Danmark. Bag kampagnen står i fællesskab FN, Danida og 70 danske udviklingsorganisationer, som for første gang står skulder ved skulder i en ambitiøs oplysningskampagne.

Danskerne vil hjælpe – men tror ikke det batter

Kampagnen er anderledes, fordi den fokuserer på at få fortalt de store, glædelige nyheder, som de fleste danskere ikke kender – en slags "tak for indsatsen", kan man sige. Og det er der god grund til, for en undersøgelse fra Epinion viser, at danskerne har et sært forhold til u-landsbistand. På den ene side er danskerne overvældende positive over for at hjælpe verdens fattige – det mener vi simpelthen, at vi har en moralsk forpligtelse til. Men samtidig er vi meget mere pessimistiske end folk i lande omkring os: De fleste er overbevist om, at hjælpen ikke rigtig rykker noget. Kun 24 procent tror på, at der sker fremskridt i kampen mod fattigdommen. Endnu færre – kun 12 procent – tror, at det nogensinde kan lykkes at udrydde verdens fattigdom og nød.

Virkeligheden er meget bedre

Men virkeligheden er stik modsat af, hvad danskerne tror. Selv om der stadig er alvorlige udfordringer, så viser alle fakta, at der er skabt så store fremskridt, at de fleste bliver overrumplet. Det viser også den helt nye, globale statusrapport, som FNs udviklingsprogram, UNDP, offentliggør i Danmark i dag:

F.eks. går godt 90% af børnene i u-lande nu i skole. Og på 20 år er der blevet 400 millioner færre fattige, mens 1,6 milliarder flere har fået adgang til rent drikkevand. Og mange steder i verden er der de rene, "små" mirakelhistorier. Førrende eksperter og FN selv er enige om, at vi nu er så langt fremme, at hvis verden holder fast i en målrettet indsats, så vil det rent faktisk være muligt inden for et par årtier at gøre u-landsbistand til noget, man kun kan læse om i historiebøgerne.

Virksomheder hjælper med at bære budskabet ud

Også den måde, "Verdens Bedste Nyheder" vil nå danskerne med de gode nyheder på, er anderledes. Både i sine budskaber og i sine måder at nå ud til danskerne bruger den utraditionelle midler og gør ofte det modsatte af, hvad vi er vant til, når det gælder historier om verdens nødlidende.

Kampagnen har indgået et partnerskab med knap 50 danske erhvervsvirksomheder, som har valgt at støtte oplysningsindsatsen ved selv at bære budskaberne ud til deres medarbejdere og kunder. For eksempel gennem annoncer, kundemagasiner, i butikker, i nyhedsbreve og på internet. Generelt er det selskaber, der i forvejen gør en indsats gennem FN's ansvarlighedsprogram for virksomheder, Global Compact. Blandt partnerne er store virksomheder som Kohberg, Tryg, home, Statoil, Arla, Tiger, SAS, LEGO, Danske Bank og COOP.

Partnervirksomhederne sætter også tilsammen titusinder af medarbejdere "på skolebænken": De får et web-baseret minikursus om verdens status og de overraskende fremskridt. Blandt andet får de en lille peptalk af HjerneMadsen, hvor de selv kan blive indsat som hovedperson i videoen via oplysninger og billeder fra deres facebook-profil. Og de kan spille et lille "100-meterløb", som kampagnen har lavet sammen med FN, hvor man i ét blik ser, hvilke af verdens store udfordringer, der er tættest på at være løst – og hvor det stadig halter.

Dette og meget mere kan alle danskere dog også opleve selv på kampagnens hjemmeside, www.verdensbedstenyheder.dk.

Aktiviteter landet over

Kampagnen vil også blive synlig gennem en vifte af andre aktiviteter. Udviklingsorganisationerne selv vil gennemføre en lang række aktiviteter året ud, og i september vil kendte og politikere fra alle lejre gå på gaden sammen med frivillige fra alle organisationerne ved en stor, fælles event i byer over hele landet.

"Verdens Bedste Nyheder" er en del af arbejdet for at udbrede kendskabet til FN's otte 2015 Mål, også kaldet millennium-målene, som 189 landes regeringschefer har tilsluttet sig og som opstiller målsætninger for, hvor langt verden skal være nået med bekæmpelse af fattigdom i 2015. Kampagnen foregår også op til FN's vigtige 2015-topmøde i New York 20.-22. september, hvor verdens ledere samles igen, og hvor Danmark sammen med Senegal har formandskabet.

Pind: Fri for sivsko og løftede pegefingre

Udviklingsminister Søren Pind forventer sig meget af kampagnen:

"Det nytter. Det er det korte budskab bag den nye kampagne. Nøden og elendigheden er enorm, men vi kan faktisk gøre en reel forskel for verdens afmægtige. Det er det som denne kampagne fortæller på en ny og fordomsfri måde: Den lidet kendte, men meget opløftende historie om fremskridtene i kampen mod fattigdommen. Og det er afgørende at få bredt informationen og opmærksomheden ud. For desværre er det jo gerne sådan, at katastroferne og ulykkerne sælger flere aviser end sejre og succeser," siger han.

"Danskerne har en alt for skeptisk holdning til indsatsen i u-landene. For nok går det vitterlig stadig for langsomt fremad nogle steder, og hundreder af millioner mennesker lever stadig i dyb nød. Men problemerne og tilbageslagene overskygges altså af en stærk, overordnet, positiv tendens med kæmpe fremskridt. Det er der god grund til at glæde sig over. Og det fortjener alle danskere at få at vide," forklarer Thomas Ravn-Pedersen, leder af 2015 Kampagnesekretariatet, som styrer kampagnen i samarbejde med bureauerne Publikum Kommunikation, inVirke og 2+1 Idébureau.

Bilag:

Læs mere om FN's 2015 Mål (millennium-målene), om FN-topmødet, om de nye undersøgelser og om kampagnens partnere i de vedlagte faktaark.

Yderligere oplysninger om "Verdens Bedste Nyheder":

Kampagneleder Thomas Ravn-Pedersen, 2015 Kampagnen, tlf 3318 7792, mobil 2941 4603, mail trp@dca.dk.
Publikum Kommunikation, Christian Vaabensted, tlf 4070 8055, mail christian@publikum.biz eller Aksel Brinck, tlf 4070 8051, mail aksel@publikum.biz.

Se også presserummet på kampagnesitet: www.verdensbedstenyheder.dk