

Abschlussbericht zum Projekt

**„Jugendfilm-Wettbewerb ‚Biomovies‘  
zum Themenfeld Nachhaltiger Lebensstil“**

Aktenzeichen DBU: AZ 30596

Verfasser:

Jörg Grabo

Lighthouse Foundation, Kanalstr. 67a, 24159 Kiel

Tel.: +49 (0)431 668 468 0, [www.lighthouse-foundation.org](http://www.lighthouse-foundation.org),

[mail@lighthouse-foundation.org](mailto:mail@lighthouse-foundation.org)

Matilda Mitchell

tve, 46 Bloomsbury Street, London WC1B 3QJ

Tel.: +44 (0)20 7147 7420, [www.tve.org](http://www.tve.org),

[matilda.mitchell@tve.org.uk](mailto:matilda.mitchell@tve.org.uk)

Projektbeginn: 11.06.2012

Laufzeit: acht Monate

Kiel, 2013

## Inhaltsverzeichnis /

|  | Seite |
|--|-------|
| Zusammenfassung – Stand Februar 2013<br>Die wichtigsten Erfolge von tvebiomovies 2012  | 4     |
| Sponsoren  | 4     |
| Das Portal tvebiomovies 2012   | 5     |
| Der Wettbewerb   | 6     |
| Start  |       |
| Vorschläge   |       |
| Die 10 Finalisten  |       |
| Länge der Filme und Vorstellungen der Filmemacher  |       |
| Ausstrahlung während der UN-Klimakonferenz: 18. Vertragsstaatenkonferenz   | 8     |
| Marketing während des Wettbewerbs  | 9     |
| Zusammenarbeit mit den Sponsoren   |       |
| Partner  |       |
| Reichweite   |       |
| Filmemacher  |       |
| Soziale Netzwerke  |       |
| Die YouTube-Zuschauer  |       |
| Ergebnisse vom 10. Januar 2013   |       |
| Veröffentlichung der Ergebnisse durch ein Video  | 12    |
| Wirkung  |       |
| Publikumsgröße   |       |
| Anekdotisches Feedback   |       |
| Dokumentierte Wirkung  |       |
| Verbesserungsansätze für tvebiomovies 2013   | 13    |
| Nächste Schritte   | 13    |
| Über tve   | 14    |
| Über die Lighthouse Foundation   | 14    |
| Anhang 1: Vorschläge aus den Ländern   | 15    |
| Anhang 2: Nachweis über die Verwendung des DBU-Logos im Internet   | 16    |
| Anhang 3: Bildschirmfoto von „Game over, Try again“ - Preis der<br>DBU für den Bereich nachhaltiger Lebensstil   | 17    |
| Anhang 4: Bildschirmfoto von „Food – Poof!“ - Preis der<br>Lighthouse Foundation für den Bereich Meere und Ozeane  | 18    |
| Anhang 5: Bildschirmfoto von „Climate Heroine“ - Preis der Europäischen<br>Bank für Wiederaufbau und Entwicklung für den Bereich<br>Frauen und Klimawandel | 19    |
| Anhang 6: Bildschirmfoto von „Wash“ - Preis des WWF-UK<br>für den Bereich Süßwasser  | 20    |
| Anhang 7: Bildschirmfoto von „Scrap recycled“ - Preis von J & H Sales<br>für den Bereich Recycling der wertvollen Ressourcen der Erde                      | 21    |
| Anhang 8: Beispiel für das Medienecho in Indien  | 22    |

## Verzeichnis der Abbildungen /

|   | Seite |
|---|-------|
| Bildschirmfoto - Finalisten 2012  | 4     |
| Bildschirmfoto - Die Internetseite von tvebiomovies 2012 erstmals in deutscher Sprache                | 5     |
| Bildschirmfoto - Im Abspann eines jeden Wettbewerbsfilms werden die Sponsoren des Wettbewerbs genannt | 5     |
| Bildschirmfoto – Die Eröffnungsfilme  | 6     |
| Tabelle – Gesamtzahl der Filmaufrufe (Eröffnungsfilme)  | 6     |
| Bildschirmfoto – Erste Vorschläge   | 7     |
| Tabelle – Die 10 finalen Filmmacher   | 7     |
| Bildschirmfoto – Die tve Internetseite mit den Filmen des Wettbewerbs                                 | 8     |
| Bildschirmfoto - Vier der über 100 Webseiten, die tvebiomovies 2012 beworben haben                    | 9     |
| Abbildung – Beispiele für die statistische Auswertung der Zugriffszahlen                              | 10    |
| Tabelle – Ergebnisse vom 10. Januar 2013  | 11    |



## tvebiomovies2012

### Zusammenfassung – Stand Februar 2013

#### Die wichtigsten Erfolge von tvebiomovies 2012

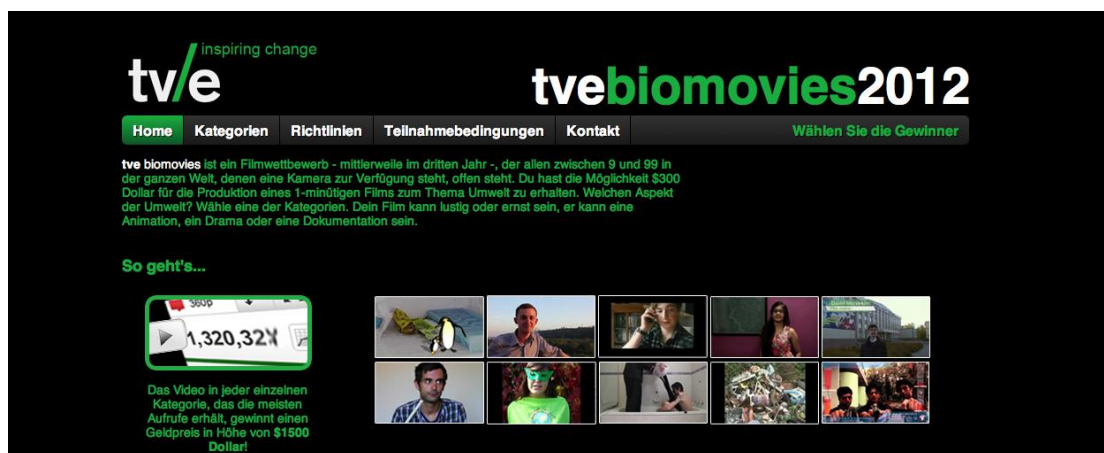
- / mehr als **985.000** Filmaufrufe der finalen Filme während des 2-monatigen Votings (Sponsorenlogos erscheinen auf den Werbebannern der Internetseite und im Abspann aller zehn Filme)
- / **428 Vorschläge**, eingereicht aus **86 Ländern**
- / mehr als **218.000 Aufrufe** der Eröffnungsfilme
- / Ausstrahlung auf über **100 Internetseiten** weltweit
- / Zuschauer aus über **138 Ländern**.
- / Zuschauer im Alter von 13 bis 64 Jahren.



*Finalisten 2012*

#### Sponsoren/

**tvebiomovies 2012** wurde von folgenden Organisationen finanziell unterstützt und gefördert: DBU (Deutsche Bundesstiftung Umwelt), WWF-UK, the Lighthouse Foundation, J and H Sales (international) Ltd, Europäische Bank für Wiederaufbau und Entwicklung und YouTube.



Die Internetseite von tvebiomovies 2012 erstmals in deutscher Sprache

## Das Portal tvebiomovies 2012

tvebiomovies ist ein Filmwettbewerb, der weltweit für alle zwischen 9 und 99, denen eine Kamera zur Verfügung steht, offen ist. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, \$300 Dollar für die Produktion eines 1-minütigen Films zum Thema Umwelt zu erhalten. Der Film kann lustig oder ernst sein, es kann eine Animation, ein Drama oder eine Dokumentation sein.

Ausführliche Erläuterungen zum Wettbewerb, den verschiedenen Kategorien, Richtlinien und Teilnahmebedingungen werden über die Internetseite [www.tvebiomovies.org](http://www.tvebiomovies.org) kommuniziert, die 2012 erstmals auch eine deutschsprachige Version hatte.

Wichtigster Informationskanal ist jedoch die Plattform YouTube. Hier werden die von tve und bekannten YouTube-Filmern produzierten Eröffnungsfilme publiziert, die zur Teilnahme an unserem Wettbewerb aufrufen. Schließlich werden die von der Jury ausgewählten Filmbeiträge der Wettbewerbsteilnehmer bei YouTube veröffentlicht und zur Abstimmung gestellt. Jeder Aufruf eines Filmes wird registriert und ermöglicht die Wahl des Gewinners in einer der Kategorien des Wettbewerbs.

*Im Abspann eines jeden Wettbewerbsfilms werden die Sponsoren des Wettbewerbs genannt*



## Der Wettbewerb

### Start /

Wir starteten mit **tvebiomovies 2012** in Brasilien, um zeitlich mit der UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung 2012 in Rio de Janeiro zusammen zu fallen. Unser speziell dafür erstellter Eröffnungsfilm wurde während des Rio +20 Event von **tve** ausgestrahlt, das am Montag, den 18. Juni 2012 in der Zentrale des Fernsehsenders „Canal Futura“ in Rio stattfand.

Außerdem haben wir eine neue Internetseite in fünf verschiedenen Sprachen gestartet – Englisch, Spanisch, Deutsch, Russisch und Arabisch – um noch mehr Filmemacher anzusprechen.

In den darauffolgenden zwei Wochen wurden außerdem vier beliebte YouTube-User ausgewählt, Eröffnungsfilme in Englisch, Deutsch, Russisch und Spanisch zu drehen, um den Wettbewerb zu fördern. (Wir haben auch versucht, einen arabischen YouTube-User zu finden, und obwohl wir einen ausgewählt hatten, konnte er leider nicht rechtzeitig die Endversion fertigstellen). Die Eröffnungsfilme wurden dann auf die Kanäle der User hochgeladen, um sie auf diese Weise deren Abonnenten zugänglich zu machen. Die Filme

wurden in Großbritannien und Irland auf der Startseite von YouTube veröffentlicht. Innerhalb der ersten 24 Stunden hatten die meisten Filme bereits die Aufmerksamkeit Tausender Zuschauer erregt.

Hier sind die Links zu den Filmen sowie die bisherige Anzahl der Aufrufe (Eröffnungsfilme):

|                     |                   |               |
|---------------------|-------------------|---------------|
| <b>Khyan</b>        | <b>(Englisch)</b> | <b>50.408</b> |
| <b>RageNineteen</b> | <b>(Englisch)</b> | <b>41.353</b> |
| <b>Lyosacks</b>     | <b>(Spanisch)</b> | <b>340</b>    |
| <b>Proektkoza</b>   | <b>(Russisch)</b> | <b>41.761</b> |
| <b>Manniac</b>      | <b>(Deutsch)</b>  | <b>85.840</b> |



Eröffnungsfilme

**Gesamtzahl der Filmaufrufe: 219.702**

*Es ist eine tolle Möglichkeit, ein großes Publikum im Hinblick auf dringliche Anliegen zu erreichen. Wir haben Spaß am Filmmachen und es war eine großartige Möglichkeit, Anerkennung für etwas zu erhalten, das uns so viel Freude bereitet.*

**Shruti Suman and Varun Shyam**  
**Finalisten, tvebiomovies 2012**



### Vorschläge /

Bis zum Ablauf der Ausschreibungsfrist am 05.09.2012 sind 428 Vorschläge bei **tve** eingegangen (eine Steigerung von **105 %** im Vergleich zu 2011). Sie kamen aus insgesamt 86 Ländern (eine Steigerung von **226 %** im Vergleich zu 2011). Der Anspruch der Teilnehmer - die sich mit der Fragestellung auseinandersetzen - war sehr hoch. Im Anhang 1 finden Sie eine Übersicht der Vorschläge sowie die jeweiligen Herkunftsländer.

### Die 10 Finalisten /

Die Jury traf sich am 10.09.2012 und entschied über die zehn besten Vorschläge, die in Produktion gehen sollten. **tve** kontaktierte daraufhin die 10 Filmemacher und schloss Verträge mit ihnen. Die Filme mussten bis zum 23.10.2012 fertig gestellt werden. Leider schied einer der Filmemacher aus Island nach anfänglicher Zusage in letzter Minute aus. Sein Vorschlag war überaus ambitioniert, doch leider konnte er nicht in Produktion gehen. Der Ersatzteilnehmer konnte innerhalb von drei Wochen einen Film liefern und somit gingen alle Filme rechtzeitig am 14.11.2012 ein.

### Die 10 finalen Filmemacher /

| Filmemacher                | Alter | Film                 | Kategorie   | Land           |
|----------------------------|-------|----------------------|-------------|----------------|
| Shruti Suman & Varun Shyam | 24    | Food – Poof!         | Lighthouse  | Indien         |
| Rui Ressurreiçãõ           | 33    | The Fishing Game     | Lighthouse  | Portugal       |
| Sarah Buckmaster           | 28    | Climate Heroine      | EBWE        | Großbritannien |
| Vyacheslav Peristy         | 30    | The Fishing Game     | EBWE        | Ukraine        |
| James Holloway             | 15    | Wash                 | WWF-UK      | Australien     |
| Jack McMinn                | 15    | The Frogfather       | WWF-UK      | Großbritannien |
| John Bunyui Njabi          | 41    | Gold in Garbageria   | J & H Sales | Kamerun        |
| Prachee Bajania            | 24    | Scrap Recycled       | J & H Sales | Indien         |
| Unmil Hulke                | 21    | Case                 | DBU         | Kasachstan     |
| Danil Vervekin             | 18    | Game over, Try Again | DBU         | Indien         |

## Länge der Filme und Vorstellungen der Filmemacher /

Die finalen Filme waren – so wie letztes Jahr - auf 1 Minute begrenzt, wobei sie durch den Abspann und die Verknüpfung zu den anderen Filmen wieder länger waren. Dadurch wurde der Zugang über Handys usw. erleichtert. Jeder Film wurde durch den jeweiligen Filmemacher vorgestellt, indem er in die Kamera sprach. Ein Filmemacher entschied sich für eine Animation, um sich vorzustellen. Die Vorstellungen der Filmemacher verliehen den Filmen Aktualität. Außerdem wurden die Logos sehr groß gezeigt, um unseren Sponsoren eine maximale Darstellung zu bieten.



## Filmdarstellung und Abstimmung /

Am 16.11.2012 wurden die zehn finalen Filme mit Abspannen, die die Sponsorenlogos zeigten, versehen und auf den [YouTube-Kanal](#) von **tve** hochgeladen.

Es wurde entschieden, dass der gerechteste Weg, die Filme

darzustellen, über YouTube sei – mit Links zu jedem einzelnen Film. Somit wurde keiner bevorzugt. Zusätzlich erschien nach jedem Film eine Seite mit Links zu den anderen Filmen, sodass man über YouTube von Film zu Film springen konnte.

Wie schon letztes Jahr, wurde erneut entschieden, dass die fairste Abstimmung 1 Aufruf = 1 Stimme sei. Das stellte zudem sicher, dass die Filmemacher angespornt wurden, die Zuschauerzahl ihrer Filme zu erhöhen.

*Ich denke, wir haben ein Potpourri vieler wirklich interessanter Filme erstellt!*

*Prachee Bajania, Finalist, tvebiomovies 2012*

## Ausstrahlung während der Vertragsstaaten-Klimakonferenz

Das Umweltprogramm der Vereinten Nationen zeigte die zehn Finalistenfilme von **tvebiomovies 2012** während der UN-Klimakonferenz vom 26.11. bis 07.12.2012 in Katar. Sie wurden zusammen mit den audiovisuellen Schleifen des Umweltprogramms der Vereinten Nationen auf zwei großen Bildschirmen an dessen Stand auf der Sustainable Innovations Expo im Doha Exhibition Centre ausgestrahlt. Das Umweltprogramm zeigte die Filme außerdem jungen Teilnehmern zweier Parallelveranstaltungen:

1. Klimawandel und Bildung – gestalte die Zukunft sinnvoll für dich und die Jugend – 27.11.2012
2. Ermutige und bekräftige Kinder und Jugendliche in Nachhaltigkeit und Umweltdenken – 29.11.2012

*„Einer der tvebiomovies – Game Over – war bei den Jugendlichen des Events sehr beliebt.“*

*Fanina Kodre, Umweltprogramm der Vereinten Nationen*

## Marketing während des Wettbewerbs



**tve** hatte sich das Ziel gesetzt, die Anzahl der eingereichten Vorschläge und Aufrufe im Vergleich zu denen, die **tvebiomovies** im Jahr 2011 erhielt (205 Vorschläge und 491.000 Aufrufe der finalen Filme), erheblich zu steigern und Filmemacher auf der ganzen Welt dafür zu gewinnen. Unsere Zielgruppe waren insbesondere deutsche, spanische, russische und arabische Muttersprachler, um die neuen Internetseiten so gut wie möglich zu nutzen. Die eingereichten Vorschläge stiegen um **105 %** auf 428 und die Aufrufe stiegen um ganze **101 %** auf 984.988 Aufrufe.

### Zusammenarbeit mit den Sponsoren /

**tve** hat eng mit YouTube zusammengearbeitet, um den Wettbewerb in allen Phasen zu bewerben. Die Eröffnungsvideos wurden sowohl auf den Kanälen von 5 beliebten YouTube-Usern als auch auf dem **tve**-Kanal und dessen Internetseite beworben. Die zehn Finalistenfilme wurden von YouTube mit Hilfe des ‚Featured Video Booster‘ in den Zielländern beworben.

Featured Video Booster ist hilfreich, um Videos von Internetkanälen an den wichtigsten Stellen der Beobachtungsliste von YouTube zu platzieren und somit zu bewerben. Am Ende von YouTube-Filmen werden die Filme vergrößert angezeigt und erscheinen ebenso als Empfehlungen in der Beliebtheitsliste am Rand. Alle zehn Filme wurden in den gleichen Ländern zur gleichen Zeit beworben: Großbritannien, Russland, Saudi Arabien, Indien und Südafrika. Die Filme wurden außerdem auf der Startseite von YouTube präsentiert.

**tve** arbeitete außerdem mit weiteren Sponsoren eng zusammen – der DBU (Deutsche Bundesstiftung Umwelt), der Europäischen Bank für Wiederaufbau und Entwicklung, der Lighthouse Foundation und dem WWF-UK, um den Bekanntheitsgrad der Website mithilfe interner und externer Netzwerke zu steigern. Die Seite des WWF-UK erstellte einen Mikro-Blog über den Wettbewerb.

### Partner /

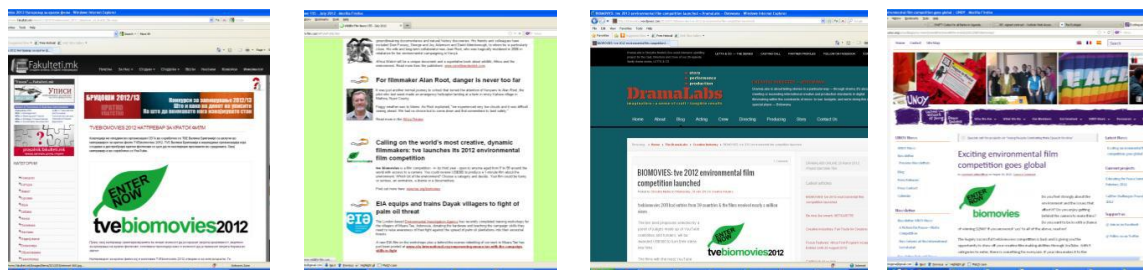
**tve** hat seine Partner auf der ganzen Welt gebeten, Werbung für den Wettbewerb zu machen. Wir haben Organisationen eine kleine Zuwendung zukommen lassen, die über die richtigen Netzwerke verfügen, um junge Filmemacher anzusprechen. Wir haben Hilfezusagen von Partnerorganisationen aus folgenden Ländern erhalten (einige davon haben unentgeltlich gearbeitet):

Nicaragua  
Kenia  
Uganda  
Argentinien

Ecuador  
Ghana  
Lesotho  
Kolumbien

Bangladesch  
Südafrika  
Südkorea  
Peru

Mexiko  
Simbabwe  
Jordanien  
Indien



Vier der über 100 Webseiten, die tvebiomovies 2012 beworben haben

## **Reichweite /**

**tve** konnte ein Radiointerview mit Express FM in Tunesien erlangen. Hier ist nur eine kleine Auswahl der unzähligen Internetseiten (über 100), die den Wettbewerb während der Ausschreibung und nach dem Hochladen aller zehn finalen Filme gefördert haben. Die enorme Reichweite ergab sich zum einen durch unsere Partner und zum anderen durch ein aktives Marketingkonzept in Großbritannien und Deutschland.

|                                |                                   |                          |
|--------------------------------|-----------------------------------|--------------------------|
| <i>Assam Times</i>             | <i>Centre Information Jeunes</i>  | <i>gender cc</i>         |
| <i>BirdLife International</i>  | <i>FEE Latvia</i>                 | <i>Young NCB</i>         |
| <i>European Youth Portal</i>   | <i>Jordan Environment Society</i> | <i>e-Konkursi</i>        |
| <i>Global Voices</i>           | <i>African Wind Energy Asso.</i>  | <i>Multiply Thailand</i> |
| <i>Minority Rights</i>         | <i>On the Spot Tonga</i>          | <i>Filmbase</i>          |
| <i>Opportunities for Youth</i> | <i>Huvadho Aid</i>                | <i>OneWorld</i>          |
| <i>SEGA Macedonia</i>          | <i>Thank you Ocean</i>            | <i>ESoDoc</i>            |

## **Filmemacher /**

Zusammen mit unseren Filmemachern haben wir daran gearbeitet, das örtliche Interesse am Wettbewerb zu wecken. Die Filmemacher wurden dazu ermutigt, die lokalen Medien anzusprechen und das Team von **tvebiomovies** informierte die regionalen Medien, um Aufmerksamkeit für den Wettbewerb zu erregen.

Rui Ressureição, einer der Finalisten der Kategorie „Meere und Ozeane“, wurde auf der Internetseite von Associação de Viver a Ciência gezeigt. Der australische Filmemacher James Holloway erschien auf der Facebook-Seite von „City of Sydney Youth“. In Indien schaffte es der Film ‚Food – Poof!!‘ des Teilnehmerpaars Shruti Suman und Varun Shyam in die lokale Zeitung. (Siehe Anhang 2)

## **Soziale Netzwerke /**

Die Seiten von **tve** auf Facebook und Twitter wurden regelmäßig aktualisiert, um Publikum anzuziehen. Während des Wettbewerbs bekam die Facebook-Seite von **tve** mehr als 50 neue ‚Gefällt mir‘ und der YouTube-Kanal von **tve** gewann über 400 neue Abonnenten.

## **Die YouTube-Zuschauer /**

Bei jedem der Filme bewegte sich das Alter des Publikums zwischen 13 und 64 Jahren, wobei der Großteil des Publikums männlich war. Kommentare zu den einzelnen Filmen wurden in verschiedenen Sprachen abgegeben.

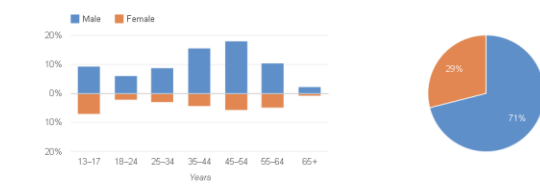
Das Publikum stammte aus über 138 Ländern, wobei die Mehrheit aus Ländern mit einer großen YouTube-Zuschauerschaft kam: Großbritannien, USA, Indien, Russland, Australien, Deutschland und Saudi Arabien.

Ca. 30 % der Zuschauer sahen sich die Filme über ihre Handys an.

**tvebiomovies2012 - Frogfather**  
Uploaded: Nov 14, 2012 · Duration: 1:48 · Published: Nov 16, 2012 · Lifetime views: 49,769

Lifetime (Nov 14, 2012 – Jan 28, 2013)

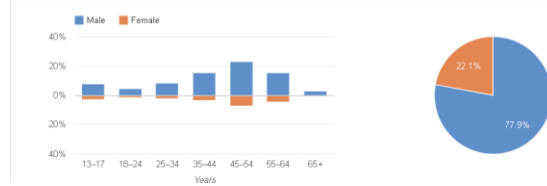
|               |               |                 |
|---------------|---------------|-----------------|
| ALL<br>100.0% | MALE<br>71.0% | FEMALE<br>29.0% |
|---------------|---------------|-----------------|



**tvebiomovies2012 - Gold in Garbageria**  
Uploaded: Nov 14, 2012 · Duration: 1:46 · Published: Nov 16, 2012 · Lifetime views: 70,634

Lifetime (Nov 14, 2012 – Jan 28, 2013)

|               |               |                 |
|---------------|---------------|-----------------|
| ALL<br>100.0% | MALE<br>77.9% | FEMALE<br>22.1% |
|---------------|---------------|-----------------|



**Ergebnisse vom 10. Januar 2013 /**

| Preis  | Film                        | Aufrufe |
|--|-----------------------------|---------|
| <b>Preis der Lighthouse Foundation für den Bereich Meere und Ozeane</b>                                    | <b>Food – Poof!!</b>        | 84.922  |
|  | The Fishing Game            | 40.648  |
| <b>Preis der Europäischen Bank für Wiederaufbau und Entwicklung für den Bereich Frauen und Klimawandel</b> | <b>Climate Heroine</b>      | 61.521  |
|  | Masterpiece                 | 46.748  |
| <b>Preis des WWF-UK für den Bereich Süßwasser</b>  | <b>Wash</b>                 | 296.542 |
|  | Frogfather                  | 49.708  |
| <b>Preis von J &amp; H Sales für den Bereich Recycling der wertvollen Ressourcen der Erde</b>              | <b>Scrap Recycled</b>       | 230.543 |
|  | Gold in Garbageria          | 70.464  |
| <b>Preis der DBU für den Bereich nachhaltiger Lebensstil</b>   | <b>Game over! Try Again</b> | 52.434  |
|  | Case                        | 40.845  |

Eine wunderbare, kurze und schnelle Botschaft, die den Nerv der Zeit trifft.

Eine so fesselnde und zum Nachdenken anregende Geschichte eines jungen Mannes und eines Frosches ist genau das, was die naturalistische Gesellschaft heutzutage braucht!

**Kommentare von YouTube-Usern, tvebiomovies 2012**

## Veröffentlichung der Ergebnisse durch ein Video

Im Januar 2013 haben wir einen der Filmemacher – RageNineteen - damit beauftragt, einen kurzen Film über die Gewinner zu drehen. Dieser wurde dann auf dem YouTube-Kanal von **tve** veröffentlicht.

### Wirkung /

Die Filme von **tve** verstauben nicht im Regal. Ihre Wirkung ist deutlich spürbar und wir haben eine festgelegte Vorgehensweise, die durch uns angeregten Veränderungen zu beurteilen. Wir betrachten dabei drei Faktoren: die **Größe** des Publikums von **tve**, die anekdotische Wirkung und die dokumentierte Wirkung.

### Publikumsgröße /

Dieses Jahr hatten alle Filme zusammen über 1,2 Millionen Aufrufe. Diese überschritten sogar bei Weitem die Anzahl der aufgerufenen Filme im Bereich Umwelt und Entwicklung.

### Anekdotisches Feedback /

Die Filme der Finalisten erhielten Hunderte von Kommentaren. Viele waren in dem typischen YouTube-Stil von ein oder zwei Wörtern gehalten, wobei jedoch auch einige detaillierter formuliert waren. Alle Anmerkungen, ob kurze oder lange, bestätigen die große Anzahl an Aufrufen

Eine hervorragende Idee. Weiter so! Es gibt noch viel mehr Möglichkeiten des Recyclings. Sehr gut für jeden, der involviert ist. Großartig für „Mutter Erde“. Grüne Idee. Macht weiter so! Vielen Dank für diesen Film. Viel Glück beim Wettbewerb von tvebiomovies 2012 und noch vielen weiteren...!

Es ist nicht die Qualität des Videos, sondern die Qualität der Botschaft, die zählt.

**Kommentare von YouTube-Usern, tvebiomovies 2012**

### Dokumentierte Wirkung /

Die Finalisten reagierten daraufhin mit Aussagen, warum sie an dem Wettbewerb teilgenommen haben. Hier sind einige davon:

Ich habe eine Leidenschaft für Menschen, die zusammen daran arbeiten, unsere Umwelt positiv zu verändern. Filme sind ein großartiges Mittel, um diese Botschaft einem großen Publikum zu vermitteln und ich wollte ein Teil davon sein.

**Sarah Buckmaster**  
**Finalistin von tvebiomovies 2012**

Ich betrachtete den Start von **tvebiomovies 2012** als eine erneute Möglichkeit für mich, Umweltschutz durch Musik und Film zu kommunizieren; eine Methode der entspannten und unterhaltsamen Sensibilisierung.

**John Bunyui Njabi**  
**Finalist von tvebiomovies 2012**

Ich habe mich dazu entschlossen, eine unterhaltsame Animation zu wählen, so dass die Menschen dieser wichtigen Botschaft Aufmerksamkeit schenken. Ich hatte den besten Schauspieler und die beste Schauspielerin meiner Klasse und die beste Technik zur Verfügung und verbrachte Tage mit dem Schnitt. Das zeigt, wie viel es mir bedeutet.

**Jack McMinn, 15 Jahre**  
**Finalist von tvebiomovies 2012**

Ich mag Themen, die einem bestimmten Bereich angehören. Es ist wirklich interessant, Filme über echte Probleme und das wahre Leben zu drehen

**Vyacheslav Peristyy**  
**Finalist von tvebiomovies 2012**

### Verbesserungsansätze für tvebiomovies 2013

Es hat sich ausgezahlt, mehr Zeit für die einzelnen Phasen des Wettbewerbs aufzuwenden und wir möchten so viel Zeit wie möglich für jede einzelne Phase zur Verfügung stellen.

Dank zusätzlicher Finanzierung waren wir dieses Jahr in der Lage, ein viel größeres Publikum in Deutschland, Russland, Spanien und im Arabischen Raum bei YouTube anzusprechen. Nächstes Jahr möchten wir auch in Frankreich mehr Publikum ansprechen.

Der effektivste Weg ein breites Publikum in jeder Phase des Wettbewerbs zu erreichen, ist mit Hilfe von bekannten YouTube-Usern. Diese User haben Hunderttausende von Abonnenten – oder regelmäßige Zuschauer. Nächstes Jahr planen wir, während des Wettbewerbs noch enger mit diesen Usern als Berater zusammen zu arbeiten, um eine maximale Wirkung zu erzielen.

Wir möchten anspruchsvolle Eröffnungsfilme in französischer und arabischer Sprache – genauso wie in den anderen Sprachen – in Auftrag geben. Diese Eröffnungsfilme haben sich als sehr erfolgreich erwiesen, um ein großes Publikum anzusprechen.

Wir möchten eine Beziehung zu YouTube in den USA aufbauen. Das muss rechtzeitig passieren, um amerikanische Eröffnungsfilme zu beauftragen. Bereits 2012 war YouTube USA schon daran interessiert, mit uns zu arbeiten. Leider war es unmöglich für uns, rechtzeitig amerikanische Eröffnungsfilme zu beauftragen.

### Nächste Schritte

**tve** wird eine ‚virtuelle‘ Preisverleihung für **tvebiomovies 2012** veranstalten. Diese findet am Dienstag, den 26. Februar bei der Europäischen Bank für Wiederaufbau und Entwicklung statt.

**tve** beabsichtigt, die **tvebiomovies 2013** am Weltumwelttag der Vereinten Nationen im Juni vorzustellen.

## Über tve

**tve** ist eine in Großbritannien registrierte Wohltätigkeitsorganisation, die 1984 vom Umweltprogramm der Vereinten Nationen, vom WWF-UK und vom Fernsehsender „Central Television“ (jetzt Teil von ITV) ins Leben gerufen wurde. **tve** nutzt weltweite Partnerschaften, um Filme zu drehen und zu verbreiten, die zu Veränderungen anregen. Wir behandeln relevante und fesselnde Inhalte im Bereich Umwelt und Entwicklung, die sich an ein weltweites Publikum richten. Wir erstellen durchschnittlich 85 Filme im Jahr. 2011 konnten unsere Filme 817 Ausstrahlungen auf rund 158 Fernsehsendern erreichen, die von fast einer Milliarde Zuschauern gesehen wurden.

## Über die Lighthouse Foundation

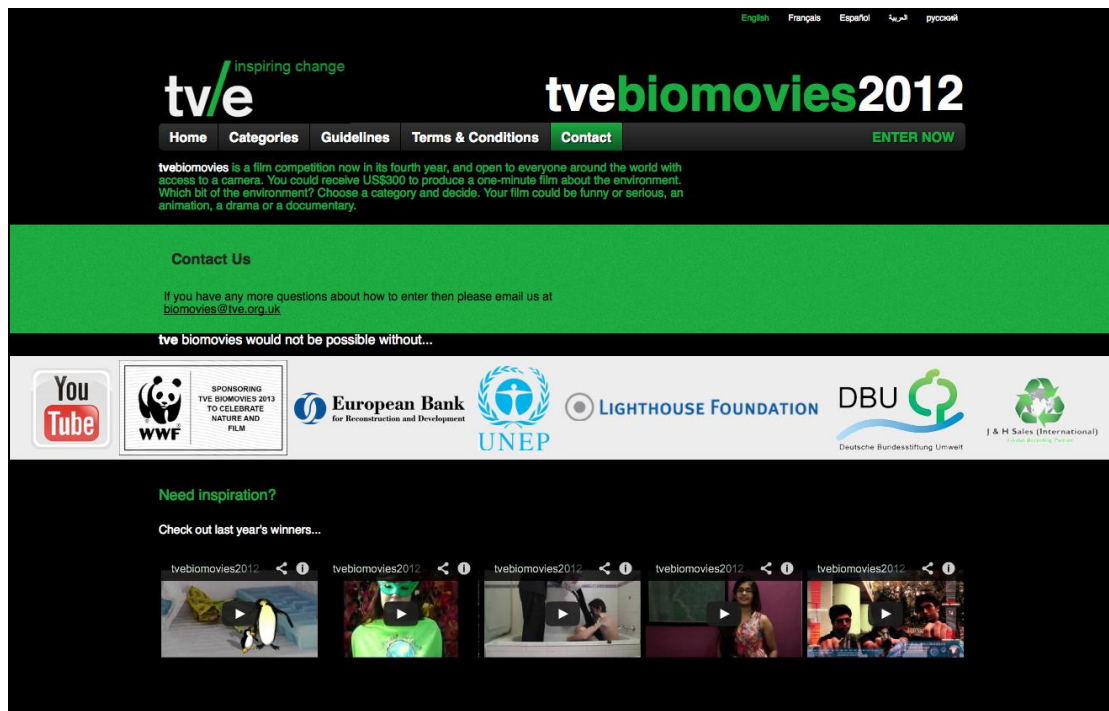
Die **Lighthouse Foundation** wurde als gemeinnützige Stiftung bürgerlichen Rechts im Jahr 2000 mit Sitz in Hamburg errichtet. Zweck der Stiftung ist die Förderung von Wissenschaft und Forschung, Lehre, Kultur, des Umweltgedankens und der Entwicklungshilfe in Bezug auf die Meere und Ozeane.

Die Lighthouse Foundation unterstützt ein ganzheitliches und langfristig ausgerichtetes Denken und Handeln der Menschen im Umgang mit dem Meer. Für eine nachhaltige Entwicklung - weltweit, langfristig umweltgerecht, wirtschaftlich tragfähig und sozial gerecht.

## Anhang 1 / Wir haben Vorschläge aus folgenden Ländern erhalten:

|                              |    |                                |            |
|------------------------------|----|--------------------------------|------------|
| Vereinigte Arabische Emirate | 3  | Lesotho                        | 2          |
| Albanien                     | 1  | Liberia                        | 2          |
| Argentinien                  | 8  | Litauen                        | 4          |
| Österreich                   | 1  | Lettland                       | 10         |
| Australien                   | 7  | Marokko                        | 2          |
| Bangladesch                  | 10 | Republik Moldau                | 4          |
| Belgien                      | 2  | Madagaskar                     | 2          |
| Bulgarien                    | 2  | Mazedonien                     | 6          |
| Bolivien                     | 1  | Mali                           | 1          |
| Brasilien                    | 1  | Mauritius                      | 3          |
| Bhutan                       | 1  | Mexiko                         | 5          |
| Weißrussland                 | 11 | Malaysia                       | 1          |
| Schweiz                      | 1  | Namibia                        | 4          |
| Chile                        | 5  | Nigeria                        | 3          |
| Kamerun                      | 4  | Nicaragua                      | 2          |
| China                        | 2  | Niederlande                    | 1          |
| Kolumbien                    | 9  | Nepal                          | 5          |
| Deutschland                  | 21 | Neuseeland                     | 2          |
| Ecuador                      | 1  | Oman                           | 1          |
| Estland                      | 3  | Peru                           | 7          |
| Ägypten                      | 1  | Philippinen                    | 11         |
| Eritrea                      | 1  | Pakistan                       | 1          |
| Spanien                      | 3  | Polen                          | 1          |
| Äthiopien                    | 3  | Portugal                       | 1          |
| Finnland                     | 1  | Paraguay                       | 1          |
| Großbritannien               | 50 | Rumänien                       | 7          |
| Guatemala                    | 3  | Russland                       | 49         |
| Hongkong                     | 1  | Ruanda                         | 5          |
| Ungarn                       | 2  | Seychellen                     | 2          |
| Indonesien                   | 2  | Slowenien                      | 1          |
| Irland                       | 2  | Sierra Leone                   | 3          |
| Israel                       | 2  | Syrien                         | 1          |
| Indien                       | 39 | Togo                           | 1          |
| Island                       | 1  | Thailand                       | 1          |
| Italien                      | 2  | Türkei                         | 1          |
| Kenia                        | 3  | Taiwan                         | 4          |
| Kambodscha                   | 1  | Tansania                       | 4          |
| Kasachstan                   | 5  | Ukraine                        | 16         |
| Sri Lanka                    | 1  | Uganda                         | 3          |
| Jemen                        | 1  | USA                            | 15         |
| Vietnam                      | 1  | St. Vincent und die Grenadinen | 1          |
| Südafrika                    | 2  | Venezuela                      | 2          |
| Sambia                       | 1  |                                |            |
| Simbabwe                     | 8  |                                |            |
|                              |    | <b>Ge-</b>                     |            |
|                              |    | <b>samt</b>                    | <b>428</b> |
|                              |    | <b>Länder</b>                  | <b>86</b>  |

## Anhang 2 / Nachweis über die Verwendung des DBU-Logos im Internet



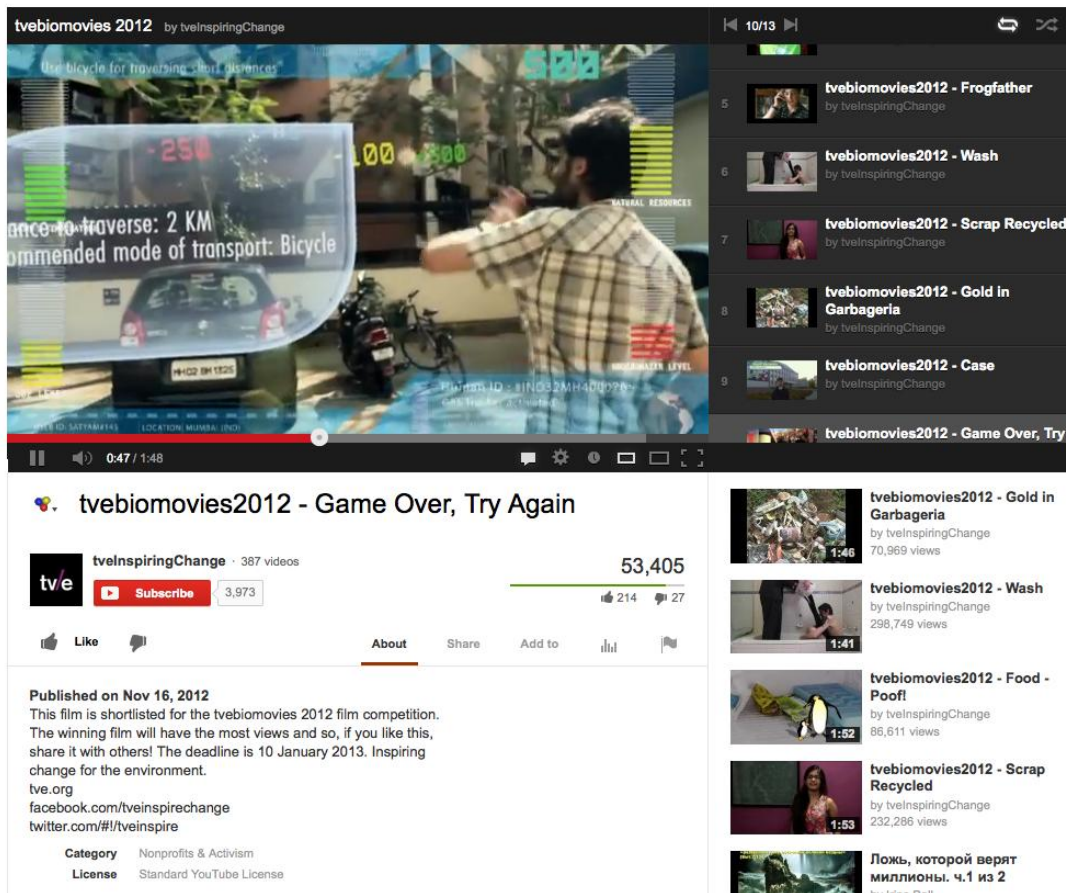
<http://www.tvebiomovies.org> (wegen des laufenden Wettbewerbs 2013 nicht mehr online)



<http://www.youtube.com/watch?v=CAEAGYZoIPo&list=PLYT7vD5He2VDRtjRDTrK6tT2sLd1qfmFs>  
(zuletzt online am 25.07.2013)



### Anhang 3 / Bildschirmfoto von „Game over, Try again“ - Preis der DBU für den Bereich nachhaltiger Lebensstil



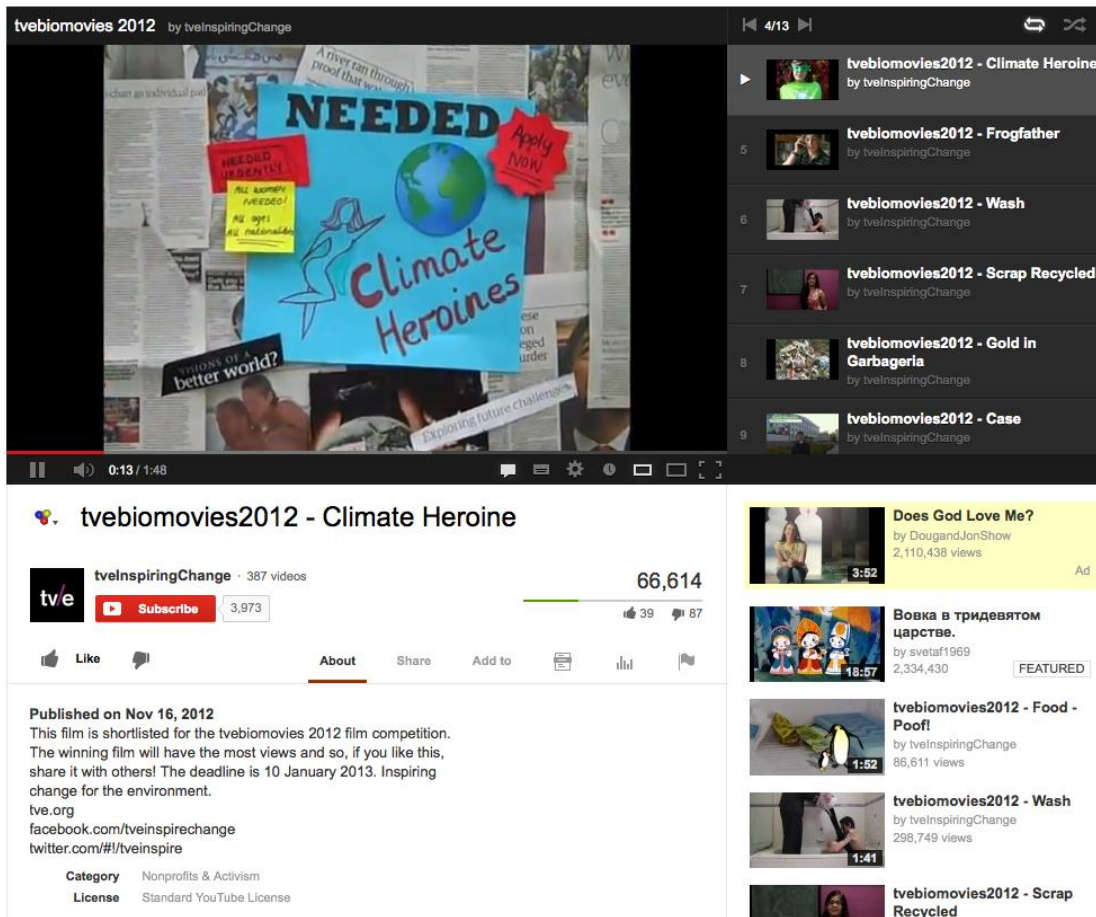
<http://www.youtube.com/watch?v=CAEAGYZoIPo&list=PLYT7vD5He2VDRtjRDrTK6tT2sLd1qfmFs>

## Anhang 4 / Bildschirmfoto von „Food – Poof!“ - Preis der Lighthouse Foundation für den Bereich Meere und Ozeane

The screenshot shows a YouTube video player interface. The video title is "tvebiomovies2012 - Food - Poof!". The channel is "tveinspiringChange" with 387 videos and 86,800 subscribers. The video has 67 likes and 40 dislikes. The description states: "Published on Nov 16, 2012. This film is shortlisted for the tvebiomovies 2012 film competition. The winning film will have the most views and so, if you like this, share it with others! The deadline is 10 January 2013. Inspiring change for the environment. tve.org facebook.com/tveinspirechange twitter.com/#!/tveinspire". The category is "Nonprofits & Activism" and the license is "Standard YouTube License". The video player shows a man and a woman in a park setting. The video progress is at 0:07 / 1:52. The right sidebar shows a playlist of other videos from the same channel, including "tvebiomovies2012 - Food - Poof!", "tvebiomovies2012 - The Fishing Game", "[Deleted Video]", "tvebiomovies2012 - Climate Heroine", "tvebiomovies2012 - Frogfather", and "tvebiomovies2012 - Wash".


[http://www.youtube.com/watch?v=Jjch\\_R8r6Ls&list=PLYT7vD5He2VDRtjRDrTK6tT2sLd1qfmFs](http://www.youtube.com/watch?v=Jjch_R8r6Ls&list=PLYT7vD5He2VDRtjRDrTK6tT2sLd1qfmFs)

**Anhang 5 /** Bildschirmfoto von „Climate Heroine“ - Preis der Europäischen Bank für Wiederaufbau und Entwicklung für den Bereich Frauen und Klimawandel



[http://www.youtube.com/watch?v=M3\\_ZoI7azO8&list=PLYT7vD5He2VDRtjRDrTK6tT2sLd1qfmFs](http://www.youtube.com/watch?v=M3_ZoI7azO8&list=PLYT7vD5He2VDRtjRDrTK6tT2sLd1qfmFs)

## Anhang 6 / Bildschirmfoto von „Wash“ - Preis des WWF-UK für den Bereich Süßwasser



tvebiomovies 2012 by tveInspiringChange

8/13

tvebiomovies2012 - Wash by tveInspiringChange

7 tvebiomovies2012 - Scrap Recycled by tveInspiringChange

8 tvebiomovies2012 - Gold in Garbageria by tveInspiringChange

9 tvebiomovies2012 - Case by tveInspiringChange

10 tvebiomovies2012 - Game Over, Try Again by tveInspiringChange

11 tvebiomovies2012 - The Finalists by tveInspiringChange

0:27 / 1:40

tvebiomovies2012 - Wash

tveInspiringChange · 387 videos

298,788

Like About Share Add to

Published on Nov 16, 2012

This film is shortlisted for the tvebiomovies 2012 film competition. The winning film will have the most views and so, if you like this, share it with others! The deadline is 10 January 2013. Inspiring change for the environment

tve.org  
facebook.com/tveinspirechange  
twitter.com/#!/tveinspire

Category Nonprofits & Activism

License Standard YouTube License

Campen in Spanien by CAMPINGBONREPOS 502,358 views Ad

ПРИКОЛ! Я РЖАЛ! ДО СЛЕЗ! by GuitarTV1000 944,114 FEATURED

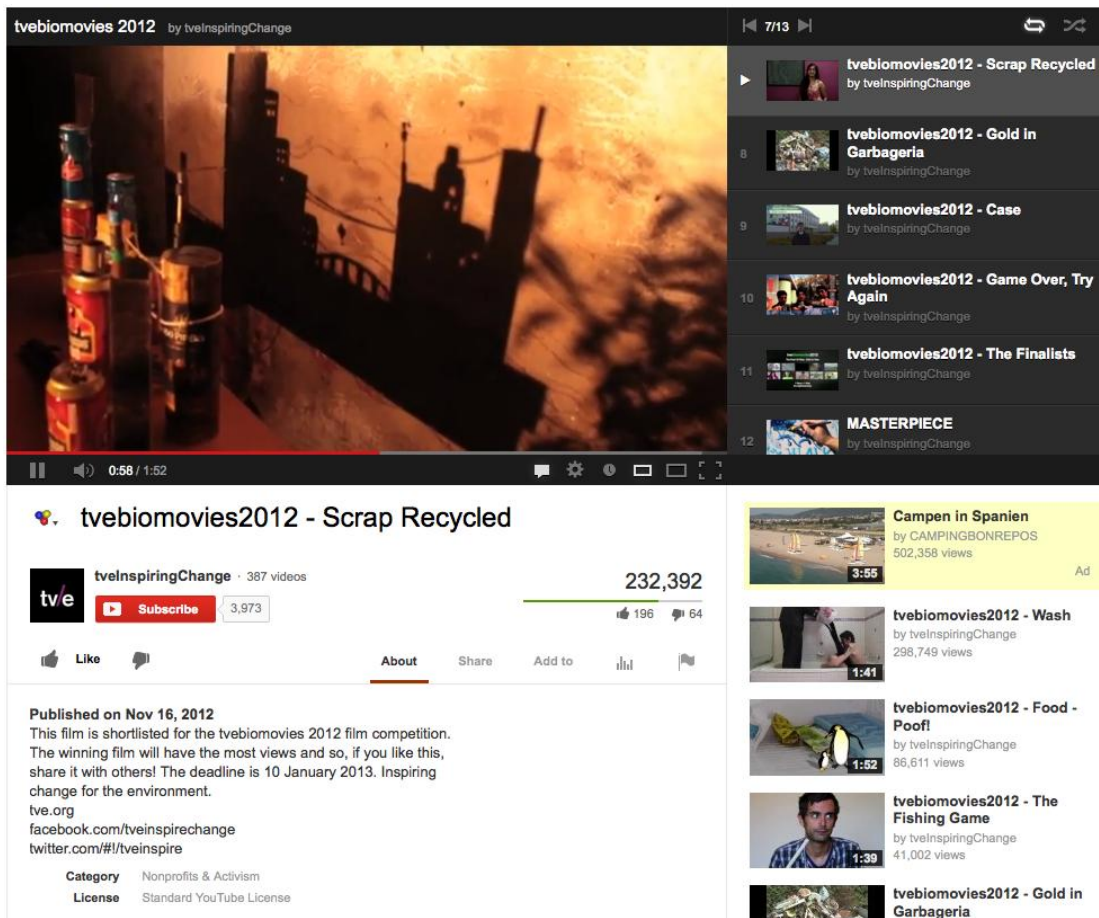
tvebiomovies2012 - The Fishing Game by tveInspiringChange 41,002 views

tvebiomovies2012 - Food - Poof! by tveInspiringChange 86,611 views

tvebiomovies2012 - The Finalists

<http://www.youtube.com/watch?v=lvkLcGH4DNo&list=PLYT7vD5He2VDRtjRDtTK6tT2sLd1qfmFs>

## Anhang 7 / Bildschirmfoto von „Scrap recycled“ - Preis von J & H Sales für den Bereich Recycling der wertvollen Ressourcen der Erde



tvebiomovies 2012 by tveInspiringChange

7:13

tvebiomovies2012 - Scrap Recycled by tveInspiringChange

tvebiomovies2012 - Gold in Garbageria by tveInspiringChange

tvebiomovies2012 - Case by tveInspiringChange

tvebiomovies2012 - Game Over, Try Again by tveInspiringChange

tvebiomovies2012 - The Finalists by tveInspiringChange

MASTERPIECE by tveInspiringChange

0:58 / 1:52

### tvebiomovies2012 - Scrap Recycled

tveInspiringChange · 387 videos

232,392

Subscribe 3,973

Like About Share Add to

Published on Nov 16, 2012

This film is shortlisted for the tvebiomovies 2012 film competition. The winning film will have the most views and so, if you like this, share it with others! The deadline is 10 January 2013. Inspiring change for the environment.

tve.org  
facebook.com/tveinspirechange  
twitter.com/#!/tveinspire

Category Nonprofits & Activism

License Standard YouTube License

Campen in Spanien by CAMPINGBONREPOS 502,358 views Ad

tvebiomovies2012 - Wash by tveInspiringChange 298,749 views

tvebiomovies2012 - Food - Poof! by tveInspiringChange 86,611 views

tvebiomovies2012 - The Fishing Game by tveInspiringChange 41,002 views

tvebiomovies2012 - Gold in Garbageria

<http://www.youtube.com/watch?v=KkJfr62gKVA&list=PLYT7vD5He2VDRtjRDrTK6tT2sLd1qfmFs>

## പ്രസ്യമല്ല ഈ വിജയം



തീ പിടിക്കുന്ന പ്രായത്തിൽ തലയിൽ വിരിയുന്ന വിര്യമുള്ള ആശയങ്ങളും സൃഷ്ടികളും ഞങ്ങൾക്ക് അയയ്ക്കൂ... കഥ, കവിത, ചിത്രങ്ങൾ, അഭിപ്രായങ്ങൾ, ക്യാമ്പസ്-ക്ലാസ് റും തമാശകൾ എന്തുമാകട്ടെ, തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെടുന്ന വ ക്യാമ്പസ് പ്രസിദ്ധീകരിക്കും. നിങ്ങളുടെ പേരും ഫോൺ നമ്പരും മറക്കാതെ വയ്ക്കുമല്ലോ. വിലാസം: ക്യാമ്പസ്, മലയാള മനോരമ, പനമ്പിള്ളി നഗർ, കൊച്ചി.



ശ്രുതി സുമനും, വരുൺ ശ്യാം

**രാജ്യാന്തര പ്രസ്യചിത്ര മൽസരത്തിൽ മലയാളി വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് ഒന്നാം സ്ഥാനം**

ഫോർ സിസ് ആൻഡ് ഓഷ്യൻസ് അവാർഡാണ് നേടിയത്. 1500 ഡോളറാണ് സമ്മാനത്തുക.

സമുദ്രം, റീസൈക്ലിങ്ങ്, സ്ത്രീകളും പരിസ്ഥിതിമാറ്റവും, ശുദ്ധജലം, സുസ്ഥിരജീവിതം എന്നിങ്ങനെ പരിസ്ഥിതിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ആശയങ്ങളെ അടിസ്ഥാനമാക്കി അഞ്ചു വിഭാഗങ്ങളിലായിരുന്നു മൽസരം.

ഒൻപതിനും 99നും മധ്യേ പ്രായമുള്ളവർക്കു പങ്കെടുക്കാവുന്ന മൽസരത്തിലേക്ക് ലോകമെമ്പാടും നിന്നെത്തിയ അപേക്ഷകളിൽ പത്തെണ്ണം ഷോർട്ലിസ്റ്റ് ചെയ്ത ശേഷം സംഘാടകർ ഓരോ ചിത്രത്തിനും 300 ഡോളർ വീതം നിർമാണ ചെലവ് നൽകി. യു ട്യൂബിൽ അപ്ലോഡ് ചെയ്ത ഈ പത്തു ചിത്രങ്ങളിൽ ഏറ്റവുമധികം ആളുകൾ കണ്ട അഞ്ചു ചിത്രങ്ങൾക്കാണ് സമ്മാനം ലഭിച്ചത്.

സന്തം പരിതസ്ഥിതിയിൽ വംശനാശഭീഷണി നേരിടുന്ന പെൻഗിനുകളെയാണ് അനിമേഷൻ രൂപത്തിൽ ശ്രുതിയും വരുണും ചേർന്ന് അവതരിപ്പിച്ചത്. ഖത്തറിൽ നടന്ന യുഎൻ സമ്മേളനത്തിലും സമ്മാനാർഹമായ ചിത്രങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിച്ചു. ചിത്രത്തിന്റെ പശ്ചാത്തലസംഗീതവും വരുണാണ് ഒരുക്കിയത്. ശ്രുതി കൊച്ചി ഇടപ്പള്ളി സദേശിയും വരുൺ തൃശ്ശൂർ ചാഴൂർ സദേശിയുമാണ്. ലണ്ടനിൽ നടക്കുന്ന പടങ്ങിൽ ഇരുവരും സമ്മാനം ഏറ്റെടുക്കും.

ത്രമൽസരത്തിൽ മലയാളി വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് ഒന്നാം സ്ഥാനം. അഹമ്മദാബാദ് നാഷനൽ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് ഡിസൈനിലെ വിദ്യാർത്ഥികളായ ശ്രുതി സുമനും വരുൺ ശ്യാമുമാണ് കിവിള ബയോ മുവിസിസ് 2012 എന്ന മൽസരത്തിൽ വിജയികളായത്.

ഇവർ നിർമ്മിച്ച 'ഫുഡ് പ്ലഫ്' എന്ന ഒരു മിനിറ്റ് നീളുന്ന ചിത്രം ബയോ മുവിസിസിന്റെ ലൈറ്റ് ഹൗസ് ഫൗണ്ടേഷൻ പ്രൈസ്

യൂ ട്യൂബിന്റെ സഹകരണത്തോടെ യു കെയിലെ കിവിള (TVE) എന്ന സന്നദ്ധ സംഘടന നടത്തിയ രാജ്യാന്തര പ്രസ്യചി