

# Pressemitteilung

## Messe München führt Gipfelgespräch mit Auma Obama

**20. Dezember 2018 | „Wir müssen den afrikanischen Kontinent als Potenzial sehen und nicht als Problem!“ Das fordert Auma Obama in der neuesten Ausgabe des Magazins der Messe München. Die Halbschwester des ehemaligen US-Präsidenten ist Journalistin, Soziologin und Leiterin ihrer eigenen Stiftung. Im Gipfelgespräch für das Magazin spricht sie über große Themen, die aktuell die Welt bewegen – Umweltschutz und soziale Gerechtigkeit, Diversität und Migration – und geht der Frage nach, ob die Globalisierung wirklich ihr Versprechen hält und die Welt zusammenwachsen lässt.**



Obama arbeitet in ihrer Heimat Kenia an einer neuen Form der nachhaltigen Entwicklungshilfe. In einem von ihrer Organisation Sauti Kuu neu errichteten Ausbildungszentrum, das Bibliothek und Sportanlagen beinhaltet, lernen Kinder und Jugendliche, das Leben erfolgreich zu bestreiten. Dafür nötig sei auch eine Neudefinition des klassischen Begriffs von Armut, so Obama: Nur wer sich des Reichtums seiner Heimat vergewissere und die lokalen Ressourcen nutze, entwickle das Selbstbewusstsein, das nötig ist, um Fluchtursachen zu bekämpfen. „Die Tatsache, dass man kein fließendes Wasser und keinen Strom hat, heißt noch lange nicht, dass man arm ist“, sagt Obama. Das Allwissenheitsversprechen und die Verlockungen des Internet sieht sie dabei kritisch, wichtig sei vor allem persönliche Verantwortung.

Aleksandra Solda-Zaccaro  
 Chief Marketing & Communications Officer  
 Tel. +49 89 949-20730  
 Fax +49 89 949-97-20730  
 aleksandra.solda@messe-muenchen.de

Stephanie Schuler  
 Unternehmens-PR  
 Tel. +49 89 949-20737  
 Fax +49 89 949-97-20737  
 stephanie.schuler@messe-muenchen.de

Messe München GmbH  
 Messengelände  
 81823 München  
 Deutschland  
 www.messe-muenchen.de





Auch in seinen weiteren Themen widmet sich das Heft den großen Herausforderungen der Gegenwart. Eine Reportage beleuchtet, warum gerade der Ausbau der Stromnetze für eine erfolgreiche Energiewende unabdinglich ist – und wie ein kleines Dorf in der schwäbischen Provinz im Kleinen bereits vormacht, was im Großen erst noch funktionieren muss. Das Titel-Dossier „Die Zukunft der Städte“ dagegen widmet sich anlässlich der 2019 stattfindenden BAUMA und BAU im Detail den Entwicklungen der immer rasanter voranschreitenden Urbanisierung. In vielen unterschiedlichen journalistischen Formaten wie Infografiken, Interviews und Reportage zeigt das Messe-Magazin Modell-Städte und Problemviertel und prüft Konzepte wie Smart Cities, Urban Farming oder intelligente Verkehrsplanung auf ihre Umsetzbarkeit. Allen diesen Ideen ist gemein, dass sie das Wohnen in den Städten von morgen lebenswerter machen sollen. Und das ist auch dringend nötig. Schließlich werden knapp 70 Prozent der Weltbevölkerung im Jahr 2050 in Städten leben.

Weitere Informationen unter: [www.messe-muenchen.de/magazin](http://www.messe-muenchen.de/magazin)

### **Messe München**

Die Messe München ist mit über 50 eigenen Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Insgesamt nehmen jährlich über 50.000 Aussteller und rund drei Millionen Besucher an den mehr als 200 Veranstaltungen auf dem Messegelände in München, im ICM – Internationales Congress Center München, im MOC Veranstaltungszentrum München sowie im Ausland teil. Zusammen mit ihren Tochtergesellschaften organisiert die Messe München Fachmessen in China, Indien, Brasilien, Russland, der Türkei, Südafrika, Nigeria, Vietnam und im Iran. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien, Afrika und Südamerika sowie rund 70 Auslandsvertretungen für mehr als 100 Länder ist die Messe München weltweit präsent.

### **MM Messe München Magazin**

Unter dem Unternehmenscredo „Connecting Global Competence“ hat die Messe München 2017 eine integrierte Content-Offensive gestartet. Zur neuen Markenkommunikation gehören digitale Inhalte, ein Kundenmagazin und der Geschäftsbericht. Die Printausgabe von „MM Messe München Magazin“ erscheint zweimal pro Jahr in deutscher und englischer Sprache und wird weltweit an Top-Kunden verschickt. Für Konzeption, Kreation, Umsetzung und redaktionelle Betreuung zeichnet TERRITORY verantwortlich.