

Pressemitteilung

“Trag das, wofür du stehst” – Prominente Gesichter unterstützen neue Kampagne von betterplace.org

- Die neue Kampagne "Trag das, wofür du stehst" der größten deutschen Spendenplattform betterplace.org macht Träger*innen zur menschlichen Spendensäule
- Shirts leiten per QR-Code zu Spendenaktionen für Themen wie Frauenrechte, Anti-Rassismus oder Klimaschutz
- Unterstützt wird die Kampagne von bekannten Gesichtern – dabei u.a. der Musiker Clueso sowie und Influencer*innen und der bekannte Modefotograf Philipp Rathmer

Berlin, den 26. April 2021. Groß und weithin sichtbar prangen zehn verschiedene QR-Codes auf den T-Shirts und Sweatern der Berliner Spendenplattform betterplace.org. Mit einem Klick auf dem Smartphone führen diese Codes direkt zu zehn Spendenaktionen, die betterplace.org für diese Unterstützer*innenkampagne initiiert hat und die ausgesuchten Organisationen zugutekommen. Es geht u.a. um Hilfe für Senior*innen oder Kinder und Obdachlose, gegen Rassismus, für Frauenrechte und für den Klimaschutz. „This shirt fights for women’s rights“ oder „This shirt saves refugees at sea“ ist auf den Kleidungsstücken zu lesen, womit sofort deutlich wird, wohin die Spende gleich fließen wird, die direkt über das Smartphone getätigt werden kann.

„Trag das, wofür du stehst“ ist die zweite Spendenkampagne, die betterplace.org gemeinsam mit der Hamburger Werbeagentur CarlNann konzipiert und umgesetzt hat. An ihrer Seite ist erneut der weit über die Landesgrenzen hinaus bekannte Modefotograf Philipp Rathmer, der sich wie alle anderen Beteiligten pro bono für die Kampagne der Spendenplattform engagiert hat. „Ich unterstütze betterplace.org gern, weil es eine transparente Spendenplattform ist, die einem alle Möglichkeiten zu spenden bietet“, erklärt der Starfotograf und fügt hinzu: „Indem ich betterplace.org unterstütze, kann ich meinen Beruf nutzen, um zu helfen.“

Mit dabei sind auch der bekannte Musiker Clueso sowie reichweitenstarke Influencer*innen, welche die Kampagne ebenso vom Start an unterstützen.

Die aktuelle Kampagne startet mit drei verschiedenen OOH-Motiven, einem Videofilm auf YouTube und Social-Media-Motiven – pro bono umgesetzt von der Düsseldorfer Mediaagentur VIVALU.

Alle Werbeträger verweisen auf die Landingpage spendenstehtdir.betterplace.org. Hier finden sich auch weitere Informationen über die einzelnen Hilfsprojekte und der Link zum Webshop, wo sich die Unterstützer*innen die bio-zertifizierten Shirts und Sweater bestellen und damit selber für ihr Herzensthema einstehen können.

Für Elisabeth Kippenberg, Marketingleiterin bei betterplace.org, steht fest: „Soziales Engagement ist modern, jung, cool – das neue Selbstverständnis einer jungen Generation. Diese Generation wollen wir mit der Kampagne abholen und es ihnen ermöglichen, schon mit dem eigenen Sweater aktiv für ihr Thema zu werden.“

Die Kampagnenmechanik ist für Patrik Hartmann, Creative Director bei CarlNann, denkbar einfach: „Das ist quasi eine All-in-one-Kampagne, alles wird mitgeliefert: Aussage, Botschafter, Spendenmöglichkeit – der komplette ‘Sales Funnel‘ in einem Pullover.“

Mit “Trag das, wofür du stehst” lenkt betterplace.org trotz Pandemie das Augenmerk auf andere drängende Probleme unserer Gesellschaft. „Wir haben im Laufe der kommenden Monate noch einiges vor! Denkbar wären Sonderthemen zu Aktionstagen wie dem Christopher Street Day sowie Kooperationen mit Retailern oder natürlich weiteren Promis und Influencer*innen“, fügt Elisabeth Kippenberg abschließend hinzu.

Über betterplace.org

betterplace.org ist die größte deutsche Spendenplattform. Seit der Gründung 2007 wurden über die gemeinnützige Plattform über 130 Millionen Euro an Tausende soziale Projekte weltweit gespendet. Die Benutzung der Plattform wird finanziert mit Dienstleistungen für Unternehmen, privaten Einzelspenden sowie Förderungen durch strategische Partner. betterplace.org ist überzeugter Unterzeichner der Selbstverpflichtungserklärung der Initiative Transparente Zivilgesellschaft von Transparency International. Die Plattform wird betrieben von der gut.org gemeinnützige Aktiengesellschaft, einem Sozialunternehmen mit Sitz in Berlin.

Über CarlNann:

Die Boutique-Agentur ging im Juni 2018 nach einem Management Buyout zunächst als FCB Hamburg in den vollen Besitz der beiden Geschäftsführer Christoph Nann und Michael Carl über. Im Juni 2020 vollzogen die beiden Inhaber die Umfirmierung in CarlNann. Die Agentur geht zurück auf das Centrale Annoncen Büro Wilkens, das 1876 von William Wilkens in Hamburg gegründet wurde und damit Deutschlands erste Werbeagentur war. Heute entstehen von Hamburg aus interdisziplinäre, internationale und nationale Kampagnen für Marken wie Hamburger Hochbahn, Hochland, Kölln, NIVEA, NIVEA Men, Schwartau, Südtirol, Yamaha u.a. Weitere Informationen unter: www.carlnann.com,

Pressematerial, Credits und Kontakt

Videos, Motive, FAQs und Pressemitteilung zum Download auf der Kampagnenseite:

<http://spendenstehtdir.betterplace.org>

Das Pressematerial ist frei zum Abdruck nur in zusammenhängender Berichterstattung über die Kampagne "Trag das, wofür du stehst".

Credits:

Philipp Rathmer (Fotograf)

Sue Dietz (Stylistin)

Paula Harder (Hair & Make-up)

CarlNann

Kreation: Patrik Hartmann (Creative Director), Tizian Leschke (Art Director), Olivia Petzold (Copy Writer)

Film: Dennis Juschas (Motion Director)

Strategie: Yeliz Özkurt (Strategic Planner)

Beratung: Katharina Dombrowski (Account Manager), Linda Catuna (Senior Account Manager)

Produktion: Rikke Daglioglu (Print Producer), Silke Hoppe (Desktop Publisher/Reinzeichnung)

Art Buying/Orga Shooting: Birgit Meinhof (Senior Art Buyer)

PR: Elke Jacob

VIVALU:

Benjamin Hülsewede (CMO), Corinna Macke, Jörg Tretow (New Business), Anne-Kathrin Hartmann, Adrian Tkotsch

betterplace.org:

Elisabeth Kippenberg (Leitung Marketing und Kommunikation)

Sora Lee (Projektleitung)

Lisa-Sophie Meyer (Co-Projektleitung)

Leonie Gehrke (Presse und Kommunikation)

Zoe Grillo (Social Media)

Pressekontakt:

Leonie Gehrke | Pressesprecherin | leonie.gehrke@betterplace.org