

PRESSEMITTEILUNG

Nicht nur gut gemacht, sondern auch noch für einen guten Zweck: Die pro bono Werbekampagne für betterplace.org

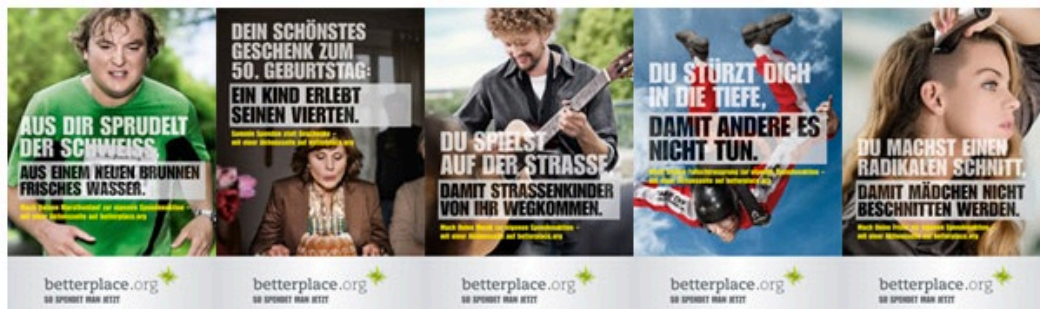
Berlin, 20. Oktober 2010. Seit Ende September hängt sie in Berlin und erscheint in den Printmedien renommierter Verlage - die neue Werbekampagne für Deutschlands größte Spendenplattform betterplace.org. Eine Kampagne einer Größenordnung von insgesamt grob zwei Millionen Euro Medialeistung verschlingt unter gewöhnlichen Umständen ein Budget, welches weit über das einer gemeinnützigen Organisation hinaus geht. Doch in diesem Fall waren keine gewöhnlichen Umstände am Werk: Für die gute Sache haben alle Beteiligten auf ihre Gage verzichtet - von der Werbeagentur kempertrautmann zum Fotografen Peter Hundert, vom Außenwerber Wall bis zu den Verlagen, vom Stylisten bis zu den Darstellern. Und haben so dabei geholfen, die Welt ein wenig besser zu machen.

Die Wall AG zum Beispiel unterstützt betterplace.org bei der bundesweiten Außenwerbekampagne. Daniel Wall, Vorstandsvorsitzender des Berliner Außenwerbers: "betterplace.org ist ein innovatives, zukunftssträchtiges Spendenportal, bei dem man nicht nur transparent an Hilfsprojekte spenden, sondern jetzt auch mit kreativen Aktionen seinen Bekanntenkreis darin einbeziehen kann. Es ist ein Portal mit Zukunft - wir freuen uns, diese Zukunft durch unsere Unterstützung mit gestalten zu können."

Überzeugt hat alle Partner die Idee, mit kreativen Aktionen Geld für einen guten Zweck zu sammeln. Eine Idee, die bei betterplace.org in Form von "Spendenaktionsseiten" Einzug hält. Über die Plattform kann zwar bereits seit fast drei Jahren direkt, gebührenfrei und transparent an soziale Projekte gespendet werden. Die neuen Spendenaktionen ermöglichen es nun aber, auch den Bekanntenkreis kinderleicht zum mitspenden zu aktivieren. Ganz nach dem Motto: "Warum 30 Euro für mein Lieblingsprojekt spenden, wenn ich auch 300 Euro für mein Lieblingsprojekt sammeln kann?". So kann man die Gäste seiner Geburtstagsparty bitten, zu spenden statt zu schenken, im Bekanntenkreis "Sponsoren" für einen geplanten Marathonlauf suchen oder sich als Straßenkünstler verdingen, um Kinder von der Straße zu holen.

Große Pappchecks waren gestern, heute spendet man mit kreativen Aktionen im Internet - einige davon finden sich in den fünf unterschiedlichen Motiven wieder.

Klicken Sie hier, um die Motive herunterzuladen:



Über betterplace.org: betterplace.org wurde im November 2007 gestartet und ist inzwischen die größte deutsche Internet-Plattform für soziales Engagement. Betrieben wird sie von der gut.org gemeinnützigen Aktiengesellschaft (gAG) mit Sitz in Berlin. betterplace.org verbindet Menschen und Unternehmen, die helfen wollen, direkt mit Menschen und Organisationen, die Hilfe brauchen - weltweit. betterplace.org ist eine offene Plattform. Allerdings sind alle Hilfsprojekte dazu verpflichtet, ihren Bedarf möglichst transparent und kleinteilig darzustellen und regelmäßig über den Fortschritt vor Ort zu berichten.

Dabei kann jedes Projekt offen diskutiert und bewertet werden. Jede Spende - egal ob Geld-, Sach-, oder Zeitspende - wird von betterplace.org zu 100 Prozent weitergeleitet. Ermöglicht wird dies durch eine besondere Form der Finanzierung: betterplace.org wird durch private Förderer getragen, mehr und mehr aber auch durch Unternehmen, die ihr soziales Engagement über die Plattform darstellen möchten - und Mitarbeiter, Geschäftspartner und Kunden darin einbeziehen. Dafür zahlen die Unternehmen Gebühren an die 100-prozentige Tochtergesellschaft der gut.org gAG: die betterplace Solutions GmbH. Wichtig zu wissen: Jeglicher Gewinn der 100-prozentigen Tochter-GmbH fließt dabei in die gemeinnützige gAG - betterplace.org bzw. die gut.org gemeinnützige Aktiengesellschaft verfolgt keinerlei Gewinnabsichten.

Pressekontakt: Moritz Eckert, Mitgründer und verantwortlich für Marketing & PR: me@betterplace.org, 0177 - 74 950 77

Mehr auch auf der Presseseite: http://de.betterplace.org/about_us/press