

PRESSEMITTEILUNG**„Trag das, wofür du stehst“ - Clueso unterstützt neue Kampagne von betterplace.org**

In einer umfangreichen Kampagne für die größte deutsche Spendenplattform betterplace.org werden der Musiker Clueso und bekannte Influencer zu wandelnden Spendensäulen. Die von der Werbeagentur CarlNann entwickelte Kampagne mit dem Slogan „Trag das, wofür du stehst“, wurde einmal mehr von dem international renommierten Modefotografen Philipp Rathmer in Szene gesetzt. Die Kampagne, die von der Mediaagentur VIVALU betreut wird, läuft bundesweit und wirbt für zehn ganz unterschiedliche Spendenthemen.

Hamburg, den 26. April 2021 Groß und weithin sichtbar prangen zehn verschiedene QR-Codes auf den T-Shirts und Pullis der Berliner Spendenplattform betterplace.org. Mit einem Klick auf dem Smartphone führen diese Codes direkt zu den zehn Spendenaktionen, die betterplace.org für diese Unterstützerkampagne ausgewählt hat. Es geht um Hilfe für Senioren oder Kinder und Obdachlose, gegen Rassismus, für Frauenrechte und für ein besseres Klima. „This shirt fights depression“ 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 wie alle anderen Beteiligten wieder pro bono für das Spendenportal arbeitet. „Ich unterstütze betterplace.org gerne, 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.“ Ähnlich sehen das auch der bekannte Musiker Clueso und einflussreiche Influencer und Influencerinnen wie Tina Neumann, die mit ihren über 650.000 Followern die Kampagne ebenso vom Start weg unterstützt wie weitere reichweitenstarke Influencer und Influencerinnen. 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."

Wie Fotograf Rathmer war auch der Kreative Patrik Hartmann schon 2017 bei der ersten Aktivierungskampagne für betterplace.org an Bord.

„Menschlichkeit steht dir am besten“ lautete seinerzeit ihr Claim und war die bislang erfolgreichste Kampagne für die Berliner Spendenplattform.

Wie vor vier Jahren startet nun auch die aktuelle Kampagne mit drei verschiedenen OOH-Motiven, einem Videofilm auf YouTube und kurzen Story Ads auf Instagram. Darüber hinaus kommen selbstverständlich diverse Postings und Ad-Bundles zum Einsatz.

Für den Mediapart ist ebenfalls pro bono die Mediaagentur VIVALU aus Düsseldorf und Hamburg verantwortlich. „Wir haben es mit der überaus interessanten Zielgruppe der politisch und sozial engagierten Digital Natives zwischen 18 und 40 Jahren zu tun, die wir programmatisch und effizient über Display Advertising, YouTube und Social Media ansprechen“, erklärt der CMO von VIVALU Benjamin Hülsewede.

Alle Motive verlinken zum einen auf die Landingpage von betterplace.org und liefern weitere Informationen über die einzelnen Hilfsprojekte. Zum anderen findet sich hier auch der Link zum Webshop, wo sich Unterstützer und Unterstützerinnen die Bio-zertifizierten Shirts und Sweater bestellen und damit selbst für ihr Herzensthema werben 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.“

Wie sie freuen sich alle Beteiligten über den Start von „Trag das, wofür du stehst“, womit betterplace.org trotz oder besser gesagt gerade wegen der alles dominierenden Pandemie das Augenmerk auf andere drängende Probleme unserer Gesellschaft lenken will. „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.

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)

VIVALU:

Benjamin Hülsewede (CMO)

Corinna Macke

Jörg Tretow (New Business)

Anne-Kathrin Hartmann

Adrian Tkotsch

Kontakt:

CarlNann GmbH – Elke Jacob

T: 040 – 2881 – 1260

Mail: elke.jacob.ext@carlnann.com

betterplace.org

Leonie Gehrke

Pressesprecherin betterplace.org

leonie.gehrke@betterplace.org

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.

Weitere Infos unter www.betterplace.org.

CarlNann GmbH, Am Sandtorkai 50, 20457 Hamburg, Germany.

Amtsgericht Hamburg HRB 8379. Geschäftsführer: Michael Carl, Christoph Nann.

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, [Facebook](#) und [Instagram](#).