







programmatisch und effizient über Display Advertising, Youtube und Social Media ansprechen", erklärt **Benjamin Hülsewede**, CMO von Vivalu. Alle Motive sind mit der Landingpage von [betterplace.org](https://betterplace.org) verlinkt, wo es weitere Informationen über die einzelnen Hilfsprojekte gibt. Hier findet sich auch der Link zum Webshop, in dem sich 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."

//