

## PRESSEMITTEILUNG

### **Spenden geht auch einfach/ Werbekampagne von betterplace.org und MRM//McCann zu Weihnachten**

- Deutschlands größte Online-Spendenplattform betterplace.org startet erste umfassende Werbekampagne “Spenden geht auch einfach” in Print, Out of Home und TV
- Durchschnittliche Online-Spende auf betterplace.org doppelt so hoch wie Offline-Spende
- Online Fundraising weiter auf Wachstumskurs, immer mehr junge Menschen engagieren sich online

**Berlin/ Frankfurt am Main, 15. Dezember 2014. Mit dem Claim “Spenden geht auch einfach” startet Deutschlands größte Online-Spendenplattform betterplace.org ihre erste umfassende Werbekampagne. Mit drei Printmotiven und in einem TV-Spot von MRM//McCann werden die Vorteile des Online-Spendens mit einem Augenzwinkern illustriert. Ermöglicht wird die Kampagne durch die Pro-bono-Unterstützung der Mediaagentur OMD Germany und Medienhäusern wie der Wall AG, Sky, RTL II und Gruner + Jahr sowie der McCann Worldgroup.**

“Mit betterplace.org übertragen wir die positiven Eigenschaften des Internets auf den sozialen Sektor, sodass Spenden einfach, transparent und partizipativ wird. Genau diese Kernidee greift unsere Kampagne auf. Wir sind sehr stolz auf das Ergebnis und danken unseren Pro-bono-Unterstützern, ohne die die Kampagne nicht möglich gewesen wäre”, so Christian Kraus, Vorstand betterplace.org.

“Wir wollen die Menschen zum Spenden ermutigen, ohne auf die Tränendrüse zu drücken. Dabei haben wir die Idee des ‘Care Pakets’ mit neuem Leben erfüllt”, sagt Johannes Veith, Creative Director Design MRM//McCann. “betterplace.org und MRM//McCann sind sich dabei sehr ähnlich. Sie glauben an ihre Philosophie und sehen Wahrheit, Transparenz und Innovationsgeist als zentrale Elemente ihrer Arbeit an.”

betterplace.org mobilisiert eine junge und von klassischen Hilfsorganisationen noch wenig erschlossene Zielgruppe. Mit 38 Jahren ist der durchschnittliche Spender auf betterplace.org deutlich jünger als der typische Offline-Spender mit über 60 Jahren. Umso höher fällt dabei die Spendensumme aus: 70 Euro werden im Schnitt auf der Plattform gespendet, offline gerade einmal 34 Euro.

Der Anteil der Online-Spenden am Gesamtspendenvolumen liegt momentan bei ca. 5 Prozent und ist weiter auf Wachstumskurs. Online Fundraising wird von Hilfsorganisationen bereits als zweitwichtigste Fundraisingquelle angegeben.

### **Über betterplace.org**

betterplace.org ist Deutschlands größte Online-Spendenplattform und verbindet Menschen und Unternehmen, die helfen wollen, direkt mit Menschen und Organisationen, die Hilfe brauchen – weltweit. Sie verzeichnet über 11.000 soziale Projekte aus 172 Ländern. Das Spektrum reicht vom Trinkwasserprojekt in Uganda über Flüchtlingshilfe in Krisengebieten wie Syrien und Gaza bis zur Kita und Tierschutzprojekten nebenan.

Dazu hat betterplace.org digitale Werkzeuge entwickelt, die Organisationen bei der Suche nach Geld- und Zeitspendern helfen. Um Transparenz zu schaffen, kann zielgerichtet auf konkrete Bedarfe gespendet werden, z. B. für Ziegelsteine, Impfstoffe oder Schulbücher. Für Projektmacher und Spender ist die Nutzung der Plattform kostenlos.

Seit der Gründung 2007 wurden über die Plattform bereits knapp 19 Millionen Euro für soziale Projekte in über 170 Ländern gespendet. Jedes der über 11 000 Hilfsprojekte ist verpflichtet, seinen Bedarf transparent und konkret darzustellen und regelmäßig per Text, Foto und Video über die Fortschritte vor Ort zu berichten. Dabei kann jedes Projekt offen diskutiert und bewertet werden. Verantwortliche können direkt kontaktiert werden.

betterplace.org leitet 100 Prozent der Spendengelder weiter. Ermöglicht wird dies durch eine besondere Form der Finanzierung: betterplace.org wird durch private Förderer und strategische Partner getragen, die ihr soziales Engagement über die Plattform darstellen. Darüber hinaus werden digitale Lösungen für Unternehmen zur Umsetzung ihrer CSR-Strategie entwickelt. [betterplace.org](http://betterplace.org) wird von der [gut.org](http://gut.org) gemeinnützige Aktiengesellschaft betrieben, einem Sozialunternehmen mit Sitz in Berlin. [www.betterplace.org](http://www.betterplace.org).

Den TV-Spot zu Weihnachten finden Sie [hier](#).

Alle Printmotive zu Weihnachten finden Sie [hier](#).

Weitere Presseinformationen unter [www.betterplace.org/c/medien/weihnachten-2014/](http://www.betterplace.org/c/medien/weihnachten-2014/)

### **Ihr Kontakt für Rückfragen:**

McCann Worldgroup

Jérôme Cholet

PR & Communications Director

T +49 69 60507 142

M +49 162 2942764

[jerome.cholet@mccann.de](mailto:jerome.cholet@mccann.de)

[pr@mccannworldgroup.de](mailto:pr@mccannworldgroup.de)

## **Credits**

### **MRM/McCann**

Johannes Veith | Creative Director  
Christian Endecott | Konzeptioner  
Gabriel Franke | Motion Designer  
Fabian Prell | Junior Copywriter  
Gabriel Franke | Motion Designer  
Silas Henrich | Motion Designer  
Stephanie Mueller | Screendesigner  
Sierk Conradi | Account Manager

### **betterplace.org**

Christian Kraus | Vorstand  
Moritz Eckert | Mitgründer  
Elisabeth Kippenberg | Leitung Marketing PR

### **Förderer und Ermöglicher der Kampagne:**

Discovery, Gruner + Jahr, MRM//McCann, McCann Worldgroup, OMD Germany, RTL, RTL II, Sky, Sport 1, Studio Funk, Wall AG


### **Quellen:**

Altruja Fundraising Studie 2013:  
[http://www.altruja.de/assets/Altruja\\_Online-Fundraising-Studie-2013.pdf](http://www.altruja.de/assets/Altruja_Online-Fundraising-Studie-2013.pdf)  
Deutscher Spendenrat 2014  
[file:///Users/lge/Downloads/Spendenjahr\\_2014\\_Trends\\_und\\_Prognose\\_Charts%20\(2\).pdf](file:///Users/lge/Downloads/Spendenjahr_2014_Trends_und_Prognose_Charts%20(2).pdf)



# SPENDEN GEHT AUCH EINFACH.

Direkt, transparent und alles online.

**betterplace.org** 

Deutschlands größte Online-Spendenplattform.

Er ermöglicht durch: **MRM // McCANN** 