



Pressemitteilung VIPRize

- **VIPRize stellt das traditionelle Fundraising Model auf den Kopf**
- **Innovative Technologieplattform VIPRize revolutioniert das Sammeln von Spenden über virale Kommunikation und Social-Media**
- **Münchner Start-Up aktiviert Prominente, um Online Spenden für ausgewählte Wohltätigkeitsorganisationen zu sammeln**
- **Spenden, Gutes tun, und dabei einzigartige Erlebnisse mit Stars erleben!**
- **Star-Torhüter Diego Benaglio (zugunsten der Laureus Stiftung Schweiz) und Supermodel Eva Padberg (zugunsten der McDonalds Kinderhilfe) sind als erste Prominente dabei und rufen per viraler Video-Botschaft auf VIPRize zum Mitmachen auf**

Mit einer technologisch integrativen und höchst innovativen Plattform generiert das Startup VIPRize zusätzliche Spenden über die Neuen Medien. Gemeinsam mit Charities und Prominenten aus Mode, Sport oder Musik werden ausgewählte Hilfsprojekte unterstützt – die Social Media Reichweite der VIPs steht dabei im Mittelpunkt.

VIPRize macht besondere Erlebnisse mit Prominenten möglich, die man so nicht kaufen kann. Anders als bei bisherigen Spendenanbietern, gibt es bei dem Fundraising-Modell des Gründer-Duos Matthias Hitzfeld und Marc Adam die Chance, auch mit kleinen Spendenbeiträgen den Hauptpreis zu gewinnen – dabei werden sogar auch kostenfreie Teilnahmemöglichkeiten angeboten. „Nicht nur der Eine meistbietende gewinnt, sondern jeder hat die Möglichkeit dabei zu sein.“, erläutert Matthias Hitzfeld und ergänzt: „Unser Fundraising-Mechanismus ist ein höchst effizienter und neuer Weg, um in kurzer Zeit hohe Spendenbeträge über das Internet zu generieren“.

Je nach Höhe des Spendenbeitrags erhalten Fans bei VIPRize exklusive Preise wie z.B. unterschriebene Fanartikel, einen persönlichen Skype-Call oder sogar ein exklusives Meet & Greet mit ihrem Star. Gleich zum Start rufen das Torhüter-Ass vom VFL Wolfsburg, Diego Benaglio (zugunsten der Laureus Stiftung Schweiz), sowie das deutsche Supermodel Eva Padberg (zugunsten der McDonalds Kinderhilfe) per viraler Videobotschaft zum Mitmachen auf www.viprize.org auf. Zu gewinnen gibt es von unterzeichneten Trikots, über getragene und signierte Torwarthandschuhe, bis hin zu der einmaligen Möglichkeit, gegen den begnadeten Torhüter nach dem Training selbst einmal auf's Tor zu schießen alles, was das Fan-Herz begehrt. Mit Eva Padberg etwa geht es für einen Shopping-Tag plus Styling-Beratung und Einkauf-Gutscheins ins Wertheim Village.

„Für unsere Plattform nutzen wir alle großen Social Media Kanäle. Prominente und Charities profitieren gleichermaßen von der stetig aktuell gehaltenen Technologie und generieren so eine kontinuierlich wachsende Aufmerksamkeit und Reichweite in ihrer Zielgruppe. In naher Zukunft werden aber auch Marken eine größere Rolle spielen, um die Attraktivität der Events und damit auch den viralen Effekt noch mal zu erhöhen“, sagt Marc Adam.

Der Gewinner jeder Kampagne wird durch eine spezielle Zufallsgenerator-Software ermittelt. Jeder Spender wird informiert, was mit seiner Spende erreicht wurde und durch regelmäßige Newsletter über die unterstützten Hilfsprojekte auf dem Laufenden gehalten.

Volle Transparenz: Das Startup übernimmt für die Prominenten und Charities die komplette Abwicklung der Kampagnen – von der Entwicklung der Kampagnen-Idee bis zur Umsetzung des Erlebnisses vor Ort – und erhält dafür eine Service-Fee. Zu den Full-Service Leistungen zählen u.a. PR und Marketing, Kundenmanagement, Grafik- und Video Produktion, Zahlungsabwicklung sowie die rechtlichen- und buchhalterischen Aspekte jeder Kampagne.

Machen Sie mit! Mehr erfahren unter www.viprize.org