

## **Christoph Hess (\*1986)**

Studium der Soziologie, Ökonomie und Politikwissenschaft an der Universität Zürich mit Abschluss im 2010. Journalist beim Anzeiger von Uster und beim Zürcher Oberländer vor und während dem Studium. Im 2009 Mitgründer der Kuble AG, einer Web-Agentur mit Büros in Zürich und Buenos Aires, für die er seit 2012 wieder als Head of Community Management arbeitet. Im 2011 war er als Social Media & ICT4D Strategist für Biovision tätig: Sowohl in Kenia (Nutzung von Internet und Handy für die Verbreitung von Landwirtschaftsinformationen) als auch in der Schweiz (Social Media als Instrument für Fundraising, Marketing und Kommunikation). Mit diesen Themen befasst er sich auch in seiner Doktorarbeit über die Rolle von China hinsichtlich der sozio-ökonomischen Veränderungen durch Informations- und Kommunikationstechnologien in afrikanischen Ländern.

## **Social Media und Rio+20**

Twitter, Facebook, Youtube, Flickr und Blogs sind Informationsquellen, die online und offline klassische Medien wie Radio, Fernsehen und Zeitungen immer häufiger ergänzen oder ersetzen: Twitter-Profile sehen aus wie Nachrichtenticker, über Facebook organisierte Proteste haben Demokratisierung vorangebracht, die kleine Solidarsuisse bringt über Youtube die grosse Nestlé in die Bredouille, Flickr wird zum Archiv für Zeitgeschichte und viele Blogs haben eine ähnlich grosse Leserschaft wie Tageszeitungen. Diese Kanäle und Plattformen haben Eigenheiten, die sich von denjenigen klassischer Medien in einigen wichtigen Punkten unterscheiden: Social Media ist internationaler, dialogorientierter, schneller, kostengünstiger und nur beschränkt kontrollierbar. Daraus ergeben sich Chancen und Risiken, mit denen sich sowohl NGO's wie Biovision, als auch Journalistinnen und Journalisten nicht nur mit Blick auf Rio+20 befassen sollten (vgl. Lüthi 2012).

Für Biovision bietet sich die Möglichkeit, die Öffentlichkeit schnell und kostengünstig informieren und mobilisieren zu können. International und multimedial können Dialoge geführt werden, welche das Erreichen von Kommunikations- und Fundraisingzielen unterstützen. Zu unserer allgemeinen Strategie gehören Twitter, Facebook, Youtube, Flickr, Issuu, Slideshare, Xing, LinkedIn und ein Blog. Spezifisch für „Kurswechsel Landwirtschaft“ und Rio+20 werden wir Community Management auf Twitter und Facebook machen sowie „Gesprächsstoff“ bei Youtube, Flickr und im Blog aufbereiten. Ähnliche Aktivitäten planen andere Organisationen im Umfeld von Rio+20 und nicht zuletzt auch die Konferenzveranstalter. Zudem lanciert Biovision am 22. April 2012 (Earth Day) ein Facebook Game, in dem es darum geht mit einem beschränkten Budget und realen Daten Entscheidungen in Politikbereichen zu treffen, die auch bei Rio+20 thematisiert werden.

Für Journalistinnen und Journalisten handelt es sich bei Social Media um ein Rechercheinstrument (vgl. Bernet 2010). Selbstverständlich muss auch gegenüber diesen Informationsquellen eine kritische Distanz gewahrt bleiben (vgl. AP 2011). Die Nützlichkeit dieser Informationsquellen hängt davon ab, ob für die journalistische Arbeit in kurzer Zeit eine Übersicht über „Gesprächsstoff“ verfügbar ist, der für die

Berichterstattung über Rio+20 relevant sind. Ausgehend von diesem Bedürfnis hat Biovision für Journalistinnen und Journalisten aus der Schweiz zwei Social Media Reports eingerichtet, welche die erwähnten Nützlichkeitskriterien erfüllen. Die über einen Link zugänglichen und täglich aktualisierten Reports basieren auf einem Suchalgorithmus, der Twitter, Facebook, Youtube und Blogs in Deutsch und Englisch durchsucht. In den Suchergebnissen werden aktuelle Themen, einflussreiche Personen und Inhalte mit grosser Reichweite ausgewiesen. Zur Optimierung der Suchergebnisse passt Biovision die Suchbegriffe laufend an.

### **Nützliche Links und Quellen**

Associated Press (2011): Social Media Guidelines for AP Employees. Online im Internet: <http://tiny.cc/rcym6>

Bernet, Marcel (2010): Social Media in der Medienarbeit. Wiesbaden: VS Verlag.

Biovision bei Twitter: [www.twitter.com/FutureForAll](http://www.twitter.com/FutureForAll)

Biovision bei Facebook: [www.facebook.com/biovision](http://www.facebook.com/biovision)

Biovision bei Flickr: [www.flickr.com/photos/biovision](http://www.flickr.com/photos/biovision)

Biovision bei Youtube: [www.youtube.com/biovisionCH](http://www.youtube.com/biovisionCH)

Biovision-Blog: [www.blog.biovision.ch](http://www.blog.biovision.ch)

Lüthi, Nick (NZZ, 26. Januar 2012): „Flurfunk auf öffentlicher Frequenz“. Online im Internet: <http://tiny.cc/tx2in>

Social Media Report auf Deutsch: [www.biovision.ch/smr-schweiz](http://www.biovision.ch/smr-schweiz)

Social Media Report auf Englisch: [www.biovision.ch/smr-international](http://www.biovision.ch/smr-international)

Twitternde JournalistInnen: <http://tiny.cc/uw6kx>

Offizieller Newsroom der Konferenz inkl. Social Media: <http://tiny.cc/ie6px>

Website zu Rio+20 von Biovision: [www.kurswechsel-landwirtschaft.ch](http://www.kurswechsel-landwirtschaft.ch) (online ab Ende Februar)