

Report Nr. 39

6. April 2011

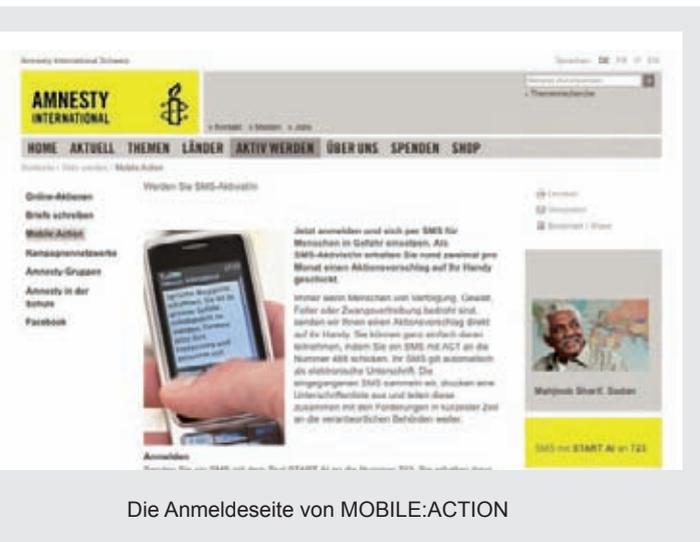
Autoren:
Lorenz Keller
Severin Toberer
Monika Gurtner (Gastautorin)

Amnesty International wurde mit Petitionen und Briefaktionen bekannt, die auf Ungerechtigkeiten aufmerksam machen. Mit Kurzmitteilungen hat die Organisation in der Schweiz eine neue Möglichkeit geschaffen, diese Petitionen zu unterstützen. Registrierte Teilnehmer erhalten SMS-Aufrufe, die sie mit einer einfachen Antwort unterstützen können. Die Teilnehmeraten sind entsprechend hoch.

Es ist seit jeher das Kernanliegen vom Amnesty International: Die Mitglieder, Aktivisten und Unterstützer setzen sich weltweit für Menschenrechte ein und verleihen ihrer Empörung über Ungerechtigkeiten und Missstände Ausdruck. Ihr wichtigstes Mittel dabei ist, dass sie öffentlich Druck auf die Verantwortlichen ausüben. Dafür setzt **Amnesty International Schweiz** unter anderem auf Petitionen und so genannte »Urgent Actions«: Mitglieder verfassen Eilbriefe oder E-Mails und schicken sie an die zuständigen Behörden. So überhäufen sie Entscheidungsträger innerhalb weniger Stunden oder Tage mit Protestschreiben und bringen diese häufig dazu, unter diesem Druck einzulenken.

Die Mitglieder für mehr gewinnen

Die Mitglieder und Spender sind die entscheidende Ressource von Amnesty. Doch wie bei vielen Organisationen betrachten viele Unterstützer ihre Arbeit durch den jährlichen Beitrag als getan. Amnesty sucht deshalb nach neuen Wegen, aktives Engagement zu fördern. Mit dem SMS-Netzwerk **MOBILE:ACTION** entwickelte Amnesty zusammen mit der Agentur **getunik** Ende 2010 ein niederschwelliges Angebot, um die Mitglieder stärker in die Kampagnenarbeit einzubinden. Interessierte können sich auf einfache Weise anmelden und erhalten in der Folge bei Handlungsbedarf eine SMS. Wenn Amnesty beispielsweise die burmesische Diktatur auffordert, einen politischen Gefangen frei zu lassen, kann man sich mittels SMS-Antwort mit dem Text »ACT« der Forderung anschließen. Der Name wird auf einer Liste erfasst und diese den burmesischen Behörden übermittelt.



Die Anmeldeseite von MOBILE:ACTION

Weil die Empfänger sich so einfach einbringen können, leisten jeweils zwischen 25 und 40 Prozent von ihnen einem Aufruf Folge – ein weit überdurchschnittlicher Rücklauf, verglichen mit anderen SMS-Kampagnen. Gelegentliche SMS zeigen die Wirkung und die Erfolge des Einsatzes für Menschenrechte und binden die Handyaktivisten so an das Engagement Amnestys.

Reale Ergebnisse der digitalen Debatte

Um möglichst viele SMS-Aktivisten zu finden, wählte Amnesty einen einfachen Weg. Wenn Amnesty einen Spender im Rahmen einer Telemarketing-Aktion anruft, bietet der Call-Agent immer auch die Teilnahme an MOBILE:ACTION an. Mögliche Ängste baute das Gespräch gleich ab. Zum Beispiel versicherte der Anrufer, dass Amnesty höchstens zwei bis drei SMS pro Monat verschickt, und dass die Teilnahme sehr wenig kostet. Daneben finden sich auch Hinweise zu MOBILE:ACTION auf der Webseite und auf Drucksachen. Die Organisation hat vor allem dank der Telefonaktion innerhalb von drei Monaten ein Netzwerk von gut 2.000 Personen rekrutiert, um ihren Petitionen auch über Kurzmitteilungen zusätzlich Schwung zu verleihen. Die Teilnehmer decken durch ihre Antworten, die 90 Rappen pro SMS kostet, die Versandkosten.

Die KampagnenPraxis zeigt lokalen und regionalen Organisationen aus Politik und Zivilgesellschaft, wie sie das Internet für ihre Kampagnen und ihre Kommunikation erfolgreich nutzen können.

Wir sind eine unabhängige Arbeitsgemeinschaft junger Fachleute an der Schnittstelle zwischen politischer Kommunikation und den Internetmedien.

Sie können unsere zweiwöchentlichen Reports kostenlos als E-Mail-Newsletter abonnieren.

Ihr Feedback und Ihre Ideen schätzen wir sehr. Kontaktieren Sie uns.