



Conscious
Influence
Hub

Jahres- bericht

**Fakten statt Fake.
Dialog statt
Polarisierung.**

2025

Vorbereitet von

Anja Lapčević

Revision

Marko Stanković

+41 78 792 32 61

anja.lapcevic@consciousinfluencehub.org

www.consciousinfluencehub.org

Vorwort

2025 hat einmal mehr gezeigt, wie stark digitale Inhalte unseren Alltag prägen. Was wir sehen, teilen und glauben, entsteht heute oft in Sekundenschnelle. Künstliche Intelligenz, Desinformation, polarisierende Inhalte und neue Formen von Einfluss sind keine Randthemen mehr. Sie betreffen uns alle: als Nutzer:innen, Eltern, Fachpersonen, Organisationen, Medien, Marken und als Gesellschaft.

Für den Conscious Influence Hub war 2025 deshalb ein wichtiges Jahr. Wir haben unsere Ziele geschärft, unsere Arbeit gestärkt und mit WTFake ein neues Projekt lanciert, das unsere Mission sichtbar und verständlich macht: Fakten statt Fake. Dialog statt Polarisierung.

Mit WTFake wollten wir einen niederschwelligen Zugang zu grossen Fragen schaffen: Wie verändern KI-Bilder unsere Wahrnehmung? Wie erkennen wir Manipulation? Welche Verantwortung tragen wir, wenn Bilder Emotionen auslösen, Meinungen beeinflussen oder Vorurteile verstärken? Die erste Launch- und Testphase hat gezeigt, wie gut dieser Zugang funktioniert. Über Bilder, Irritation, Neugier und Gespräche wurden Themen wie Desinformation, Sextortion, Rollenbilder, Rassismus, digitale Inszenierung und KI für ein breites Publikum greifbar: an Festivals, im öffentlichen Raum, in Schulen und auf Social Media.

Gleichzeitig war 2025 auch ein ehrliches Aufbaujahr. Mit begrenzten Ressourcen konnten wir nicht alle Bereiche gleich stark vorantreiben. Der Ausbau der Partner- und Mitgliederbasis blieb hinter unseren Möglichkeiten zurück. Umso wichtiger waren die Grundlagen, die wir gelegt haben: neue Partnerschaften, erste Bildungsansätze, eine stärkere Wirkungsperspektive und eine klarere strategische Ausrichtung für die nächsten Schritte.

Unser Dank gilt allen, die diesen Weg mit uns gegangen sind: unseren Mitgliedern, Partner:innen, Förderstellen, dem Vorstand, den beteiligten Creator:innen, Kultur- und Bildungsinstitutionen sowie allen Menschen, die ihre Zeit, ihr Wissen und ihr Vertrauen eingebracht haben.

Barbara Fry Henchoz
Vorstandspräsidentin und Co-Founderin

Anja Lapčević
Leitung Geschäftsstelle und Co-Founderin



2025 im Fokus

2025 war für den Conscious Influence Hub ein Jahr des Aufbaus, der Erprobung und erster grosser Sichtbarkeit. Mit WTFake konnten wir ein neues Projekt konzipieren, produzieren und öffentlich lancieren. Die Resonanz zeigte, wie relevant die Themen KI, Desinformation und digitale Verantwortung sind und wie gut ein visueller, niederschwelliger Zugang funktioniert. Mit begrenzten Ressourcen lag der Fokus klar auf WTFake, ersten Vermittlungsformaten, der Wirkungsperspektive und der strategischen Schärfung des Vereins. Der Ausbau der Partner- und Mitgliederstruktur wurde angestossen und bleibt eine zentrale Aufgabe für 2026.

Zentrale Meilensteine

1

Konzeption und Launch von WTFake

Mit WTFake entstand 2025 ein neues Format an der Schnittstelle von Kultur, Technologie, Medienkompetenz und gesellschaftlicher Debatte. Die Ausstellung wurde am International Photo Festival Olten lanciert.

2

Weiterentwicklung & Social Media Summit

Im November 2025 wurde WTFake im Rahmen des Social Media Summit in Engelberg präsentiert. Ergänzend dazu fanden Führungen mit drei Schulklassen statt. Damit wurde ein wichtiger Schritt in Richtung Bildungs- und Vermittlungsarbeit gemacht. Die Resonanz auf WTFake führte zu Gesprächen mit weiteren Kultur- und Bildungsinstitutionen, daraus entstanden konkrete Folgeprojekte für 2026.

3

Social-Media-Formate mit Creator:innen

Parallel zur Ausstellung wurden digitale Formate mit drei Influencer:innen entwickelt und ausgespielt. Die Zusammenarbeit zeigte, wie sich komplexe Themen rund um KI, Manipulation und Verantwortung über persönliche Zugänge und vertrauenswürdige Stimmen vermitteln lassen.



2025 im Fokus



Zentrale Meilensteine

4

Ausbau der Partner- und Mitgliederstruktur

Der Conscious Influence Hub hat 2025 seine Partner- und Mitgliederstruktur weiterentwickelt. Dazu gehörten neue Gespräche mit Marken, Stiftungen, Medien, Schulen und Museen sowie die Weiterentwicklung der Partnerangebote.

5

InnoSuisse-Projekt mit der Hochschule Luzern

Mit dem InnoCheque Conscious KI wurde gemeinsam mit der Hochschule Luzern ein erfolgreiches Innovationsprojekt umgesetzt. Es stärkte die Auseinandersetzung mit KI im Kontext von digitaler Kommunikation, Verantwortung und gesellschaftlicher Wirkung.

6

Community und Austausch gestärkt

Mit Conscious Connect und der Mitgliederversammlung wurden Räume für persönlichen Austausch, Wissenstransfer und Vernetzung geschaffen. Themen wie KI, visuelle Verantwortung und digitale Öffentlichkeit wurden gemeinsam mit Mitgliedern, Partner:innen und Expert:innen diskutiert.

7

Wirkungskompetenz aufgebaut

Durch die Teilnahme an der Werkstatt Wirkung 2024/2025 wurden wichtige Grundlagen geschaffen, um Projekte künftig gezielter zu planen, Wirkung messbarer zu machen und Erkenntnisse besser für die Weiterentwicklung des Vereins zu nutzen.

WHAT THE FAKE

What The Fake ist eine interaktive Ausstellung, die sich mit den Auswirkungen von Künstlicher Intelligenz auf Bilder, soziale Medien und unsere Wahrnehmung von Realität auseinandersetzt. Ausgangspunkt ist die zunehmende Schwierigkeit, zwischen authentischem Bildmaterial und KI-generierten Inhalten zu unterscheiden.

Ziel von WTFake war es, mit einer öffentlich zugänglichen Ausstellung und digitalen Formaten Medienkompetenz, kritisches Denken und digitale Verantwortung zu stärken. Die Besucher:innen wurden eingeladen, Bilder zu hinterfragen, ihre eigene Wahrnehmung zu prüfen und über die gesellschaftlichen Folgen von Manipulation, Inszenierung und Desinformation nachzudenken.

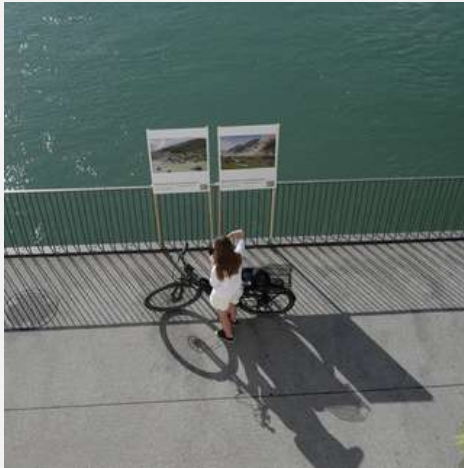
Trotz reduziertem Budget erreichte das Projekt 2025 über 15'000 Menschen vor Ort und zehntausende digital. Es löste Gespräche aus, erzeugte mediale Aufmerksamkeit und gewann neue Bildungs- und Kulturpartner:innen. Die Resonanz zeigte klar: Kreativität und Technologie können gemeinsam einen wirkungsvollen Zugang zu komplexen gesellschaftlichen Fragen schaffen.

What The Fake wurde in Zusammenarbeit mit Fotograf & KI-Künstler Basil Stücheli sowie Ringier umgesetzt.

Kennzahlen 2025

- ca. 15'000 Besucher:innen vor Ort
- über 8'000 QR-Scans
- über 9'000 Website-Besuche
- über 85'000 organische Social-Media-Impressionen





IMPRESSIONEN
OLTEN (IPFO)

WHAT THE FAKE
www.wtfake.ch

WTFake in Engelberg und Weiterentwicklung

Nach dem erfolgreichen Launch in Olten wurde WTFake im November 2025 im Kurpark Engelberg gezeigt. Die Präsentation fand im Rahmen des Social Media Summit statt und ermöglichte es, das Projekt einem Fachpublikum aus Kommunikation, Social Media, Medien und Bildung näherzubringen.

Schulen

Ein wichtiger Entwicklungsschritt war die Ausweitung in Richtung Schule. In Engelberg fanden Führungen mit drei Oberstufenklassen statt. Die Gespräche mit den Schüler:innen und Lehrpersonen zeigten, wie unmittelbar die Themen KI, Bildmanipulation, Selbstinszenierung und digitale Risiken an ihre Lebenswelt anschliessen.

Zusätzlich wurde WTFake im Rahmen eines Vortrags und einer Mini-Ausstellung an einer Schule in Wettingen für Lehrpersonen vorgestellt. Auch hier zeigte sich: Das Bedürfnis nach verständlichen, visuell starken und praxistauglichen Materialien ist gross.

Diese Erfahrungen bilden die Grundlage für die Weiterentwicklung von WTFake als Bildungs- und Vermittlungsformat für Sekundarstufe I und II. Für 2026 ist geplant, modulare Unterrichtsmaterialien, Führungen, Workshops und digitale Ergänzungen zu entwickeln.





IMPRESSIONEN
ENGELBERG

WHAT THE FAKE
www.wtfake.ch

Social Media, Influencer Relations und Medien

Der Conscious Influence Hub arbeitet an der Schnittstelle von digitaler Öffentlichkeit, Creator Relations, Medien und gesellschaftlicher Verantwortung. 2025 wurde diese Rolle besonders durch WTFake sichtbar.

Influencer:innen und prominente Persönlichkeiten wurden nicht nur als Reichweitenpartner:innen verstanden, sondern inhaltlich in die Ausstellung und Kommunikation eingebunden. Ihre persönlichen Bezüge zu Themen wie Sextortion, KI, digitaler Gewalt oder öffentlicher Sichtbarkeit machten komplexe Fragen zugänglicher und glaubwürdiger.

Auch medial stiess WTFake auf grosses Interesse. Die Einbindung bekannter Persönlichkeiten und die Aktualität der Themen führten zu Berichterstattung in reichweitenstarken Medien wie Blick und 20 Minuten. Damit erreichte das Projekt auch Menschen ausserhalb des unmittelbaren Kultur- und Bildungsumfelds.



Parallel zur Ausstellung entstanden Social-Media-Formate mit vier zusätzlichen Influencer:innen, die in Kollaboration ausgespielt wurden. Besonders erfolgreich war die Zusammenarbeit mit dem international bekannten Schweizer Creator Face Hunter während des International Photo Festival Olten. Sie zeigte, wie sich ein Ausstellungsprojekt über Social Media verlängern und für neue Zielgruppen öffnen lässt. Die Erfahrungen aus 2025 zeigen: Wenn Creator:innen, Medien und Bildungsformate sinnvoll zusammengedacht werden, entsteht ein wirkungsvoller Zugang zu gesellschaftlich relevanten Themen.



PRESSE

Print & Online

- Blick
- 20 Min.
- Solothurner Zeitung
- Fotointern.ch

Mutige Kampagne gegen Fake-Bilder

«Ich finde es wichtig, auf das Thema Sextortion aufmerksam zu machen»

Was ist heutzutage echt – was ein KI-Fake? Eine Influencer-Aktion will die Bevölkerung sensibilisieren. Auch Podcasterin Gülsha Adilji ist mit von der Partie. Allerdings angezogen.

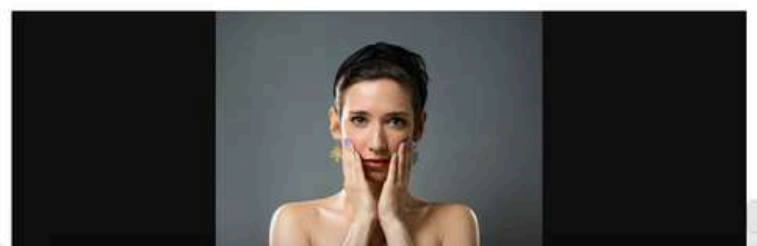
Publiziert: 21.08.2025 um 00:03 Uhr | Aktualisiert: 21.08.2025 um 10:42 Uhr



Teilen Anhören



Kommentieren



Conscious KI mit der Hochschule Luzern

Gemeinsam mit der Hochschule Luzern erhielt der Conscious Influence Hub 2025 einen Beitrag von Innosuisse für die Entwicklung eines ersten Prototyps im Projekt "Conscious KI". Der InnoCheque konnte erfolgreich abgeschlossen werden.

Entstanden ist ein funktionierender Prototyp eines KI-Tools, das Videoinhalte anhand des Code of Conduct analysieren und bewerten kann. Die Tests zeigten, dass KI ethische Standards sachlich und strukturiert prüfen kann und damit eine wertvolle Ergänzung zur menschlichen Einschätzung bietet. Gleichzeitig wurden Fragen der Transparenz, insbesondere rund um die «Black Box» von KI-Systemen, als wichtige Herausforderung sichtbar. Die Ergebnisse bilden eine belastbare Grundlage für mögliche Weiterentwicklungen, nicht nur für Influencer:innen, sondern auch für Organisationen, NGOs und Brands.

Ein grosser Dank gilt unserem Beirat Jörn Basel und seinem Team an der HSLU für die engagierte und kompetente Zusammenarbeit sowie den beteiligten Content Creators.



Netzwerk, Mitglieder und Partner:innen

Der Conscious Influence Hub versteht sich als Plattform, die Menschen und Organisationen verbindet, die digitale Kommunikation verantwortungsvoll mitgestalten möchten. 2025 wurde dieses Netzwerk weiter gestärkt. Zum Netzwerk gehören Creator:innen, Influencer:innen, Medien- und Kommunikationsexpert:innen, Marken, Stiftungen, Bildungsinstitutionen, Museen und zivilgesellschaftliche Organisationen. Sie alle bringen unterschiedliche Perspektiven ein und tragen dazu bei, digitale Verantwortung in der Praxis zu verankern.

Ein besonderer Erfolg war die Gewinnung von Stiftungen und Kantonen als Partner:innen für WTFake sowie die Unterstützung durch Migros Kulturprozent Luzern. Diese Partnerschaften stärkten nicht nur die Finanzierung, sondern auch die inhaltliche und gesellschaftliche Verankerung des Projekts.

Für die weitere Entwicklung des Vereins bleibt das Partnernetzwerk zentral. Es schafft die Grundlage, um Projekte wie WTFake, den Code of Conduct, Bildungsangebote und neue Formate langfristig weiterzuentwickeln.

Kennzahlen

- 70+ Creator:innen und Influencer-Mitglieder
- 21 Partnerorganisationen
- neue Gespräche mit Brands, Stiftungen, Medien, Schulen und Kulturinstituten
- 3 Mitglieder- und Partnerevents



Events und Aktivitäten

Mit Conscious Connect wurde 2025 ein Offline-Format für Mitglieder und Partner:innen weitergeführt. Ziel ist es, Austausch, Wissenstransfer und Vernetzung in einem persönlichen Rahmen zu ermöglichen.

Im März fand Conscious Connect im Haus der Fotografie statt. Teil des Programms war eine Führung durch die Bildausstellung des Roten Kreuzes. Der Anlass verband visuellen Journalismus, gesellschaftliche Verantwortung und persönlichen Austausch.

Im Juni fand ein weiteres Conscious Connect statt, verbunden mit der Mitgliederversammlung des Conscious Influence Hub. Inhaltlicher Schwerpunkt war künstliche Intelligenz. Impulse kamen von Grit Wolany, Tanja Hermann sowie Jeannie Schneider vom Dezentrum. Gemeinsam wurde diskutiert, wie KI Kommunikation, Öffentlichkeit und Verantwortung verändert und welche Rolle Organisationen, Medien und Creator:innen dabei einnehmen.



Die Events zeigten, wie wichtig physische Begegnungsräume für ein Netzwerk sind, das sich mit digitalen Themen beschäftigt. Gerade weil viele Debatten online stattfinden, braucht es Orte, an denen Fragen vertieft, Perspektiven ausgetauscht und Vertrauen aufgebaut werden kann.



**Impressionen
Events**

Wirkung planen, messen und nutzen

2025 legte der Conscious Influence Hub wichtige Grundlagen, um Wirkung künftig systematischer zu planen, zu messen und zu kommunizieren.

Anja Lapčević nahm erfolgreich an der Werkstatt Wirkung 2024/2025 von Con-Sense Philanthropy Consulting teil. Die Werkstatt verbindet wissenschaftliche Grundlagen mit praktischer Anwendbarkeit und unterstützt Organisationen dabei, Wirkung nicht nur zu beschreiben, sondern gezielt zu gestalten.

Die Inhalte umfassten drei zentrale Bereiche:

1

Wirkung planen

- Problemanalyse
- Definition von Zielgruppen
- Aufbau eines Wirkungsmodells

2

Wirkung messen

- qualitative und quantitative Indikatoren setzen
- Daten erfassen
- Daten auswerten

3

Wirkung nutzen

- internes Lernen ermöglichen
- Wirkung zielgruppengerecht kommunizieren
- Erkenntnisse für die Weiterentwicklung von Projekten einsetzen

Für den Conscious Influence Hub ist dieser Kompetenzaufbau besonders relevant. Projekte wie WTFake sollen nicht nur Reichweite erzielen, sondern tatsächliche Lern- und Reflexionsprozesse anstossen. Die Werkstatt Wirkung lieferte dafür wichtige methodische Grundlagen.

Menschen hinter dem Conscious Influence Hub

Der Conscious Influence Hub lebt vom Engagement vieler Menschen. 2025 wurde einmal mehr sichtbar, wie viel ehrenamtliche Arbeit, Fachwissen und persönlicher Einsatz in den Aufbau und die Weiterentwicklung des Vereins einfließen.

Der Vorstand begleitete die strategische Ausrichtung, stärkte die Qualitätssicherung und brachte Expertise aus Kommunikation, Bildung, Wirtschaft und Gesellschaft ein.

Dazu kamen zahlreiche Partner:innen, Expert:innen, Creator:innen, Fotograf:innen, Institutionen, Schulen, Stiftungen und freiwillige Unterstützer:innen, die Projekte ermöglicht, Türen geöffnet, Inhalte geschärft und Sichtbarkeit geschaffen haben.

Die Geschäftsstelle koordinierte Projekte, Partnerschaften, Fundraising, Kommunikation und operative Umsetzung.

Dieses Engagement ist die Grundlage dafür, dass der Conscious Influence Hub trotz schlanker Ressourcen gesellschaftlich relevante Projekte entwickeln und umsetzen kann.

Vorstand

Der Vorstand ist interdisziplinär zusammengesetzt und arbeitet vollständig ehrenamtlich.



Barbara Fry



**Constanze
Fristensky**



Corina Schuler



**Dominic
Stöcklin**



Kai Landwehr



**Paulina
Domdey**

Finanzdaten 2025

Einnahmen:

- CHF 11'000 von Partner:innen
- CHF 31'000 Fördergelder
- CHF 2'400 für Leistungen für Projekte

Total: CHF 44'400

Ausgaben:

Kostenart	Betrag (CHF)	Anteil
Projektbezogene Aktivitäten (WTF)	28'000	65%
Dienstleitungen Dritte	3'500	8%
Geschäftsstelle/Admin	8'000	18%
Kommunikationsleistungen	3'000	7%
Tools / IT (Member/Kommunikation)	1'400	2%
Total	43'900	100%

Erläuterung: Über 70% der Mittel floss direkt in Projekte, Sensibilisierungs- und Bildungsangebote sowie Öffentlichkeitsarbeit. Die Geschäftsstelle hat einen wesentlichen Teil der Akquise- und Fundraisingaktivitäten ehrenamtlich übernommen, wodurch die Verwaltungskosten auf einem minimalen Niveau gehalten werden konnten.

Besonderer Dank

Ein besonderer Dank gilt unseren Förderstellen Hasler Stiftung, Manawa Stiftung, Walidad Stiftung, der Gemeinde Engelberg, dem Kanton Obwalden sowie Migros Kulturprozent Luzern. Ihr Vertrauen und ihre finanzielle Unterstützung haben wesentlich dazu beigetragen, dass wir WTFake lancieren, neue Formate erproben und wichtige Themen rund um digitale Verantwortung, KI und Medienkompetenz öffentlich sichtbar machen konnten.

Revisionsbericht

Ich, Marko Stankovic, habe die Rechnung des Vereins Conscious Influence Hub von 01.01.2025 bis 31.12.2025 mit Abschluss per 31.12.2025 geprüft. Die Rechnung schliesst bei Aufwand von Fr. 43'900.00, Ertrag von Fr. 44'410.00 und einem Gewinnvortrag aus dem Vorjahr mit einem Saldo von Fr. 536.00 per 31.12.2025. Die ausgewiesenen Saldi der Bilanz stimmen mit den vorliegenden Belegen überein. Für die mit Stichproben geprüften Buchungen liegen die Belege ordnungsgemäss vor. Die Buchhaltung ist sehr sauber und korrekt geführt. Ich beantragen der Mitgliederversammlung, die Rechnung 01.01.2025 bis 31.12.2025 mit Abschluss per 31.12.2025 in der vorliegenden Form zu genehmigen und der Kassierin, Frau Anja Lapčević und dem Vorstand Décharge zu erteilen. Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, meine Aufgabe besteht darin, diese zu prüfen. Ich bestätige, dass ich die Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfülle.

Zürich, 12. Mai 2026

Marko Stankovic

Transparenz, Kommunikation & Governance

- Öffentliche Kommunikation über www.consciousinfluencehub.org sowie Instagram & LinkedIn
- Zusammenarbeit mit Partner:innen (u. a. HSLU, Kinderschutz Schweiz, Pro Juventute uvm.)
- Externe Revision erfolgt jährlich
- Strategische Entscheidungen werden im Vorstand getroffen und dokumentiert



Ausblick 2026

2026 wird für den Conscious Influence Hub ein Jahr der Skalierung, Vermittlung und strategischen Weiterentwicklung.

Schwerpunktthemen

1

WTFake als Wanderausstellung

WTFake wird 2026 an mehreren Standorten weitergeführt, darunter Aarau, Zug, Bern, Winterthur und Zürich im Rahmen der Photo Schweiz. Die Ausstellung wird dabei nicht nur gezeigt, sondern gezielt mit Vermittlungsangeboten, Schulformaten und lokalen Themen verbunden.

2

Bildungsangebot für Sekundarstufe I und II

Ein Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung eines Bildungsangebots für Schulen. Geplant sind modulare Unterrichtsmaterialien, Führungen, Workshops, Lehrpersonen-Guides und digitale Ergänzungen. Ziel ist es, Jugendliche darin zu stärken, manipulierte und KI-generierte Inhalte kritisch einzuordnen und verantwortungsvoll mit digitalen Medien umzugehen

3

Conscious Atelier / Lab

Mit dem Conscious Atelier/Lab soll ein neues Lern- und Weiterbildungsformat entstehen. Der geplante Lehrgang richtet sich an Menschen und Organisationen, die digitale Kommunikation reflektierter, verantwortungsvoller und wirkungsvoller gestalten möchten.

4

Code of Conduct weiterentwickeln

Der Code of Conduct bleibt ein zentrales Instrument des Conscious Influence Hub. 2026 soll er weiter aktualisiert, digital zugänglicher gemacht und mit neuen Formaten vermittelt werden.

5

Partner- und Membernetzwerk ausbauen

Das Partner- und Membernetzwerk soll weiter gestärkt werden. Ziel ist es, Unternehmen, Stiftungen, Medien, Agenturen, Bildungsinstitutionen und Creator:innen noch stärker miteinander zu verbinden und gemeinsame Standards für verantwortungsvolle digitale Kommunikation zu fördern.

6

Stabile Geschäftsstelle und neue Positionierung

Um die wachsenden Projekte und Partnerschaften langfristig tragen zu können, braucht der Verein eine stabile Geschäftsstelle, klare Strukturen und eine geschärfte Positionierung. 2026 steht deshalb auch im Zeichen der Organisationsentwicklung.

Vereins- zweck

Der Conscious Influence Hub ist ein gemeinnütziger Verein mit Sitz in Zug. Das Ziel ist es, eine verantwortungsbewusste Schweizer Community aufzubauen und die positive Kraft der Sozialen Medien zu nutzen, um eine nachhaltige digitale Zukunft mitzugestalten und das gesellschaftliche Miteinander zu stärken. Der Verein verfolgt ausschliesslich gemeinnützige Zwecke im Sinne von Art. 56 lit. g DBG und erstrebt keinen Gewinn.

Unsere Mission

1

Wir nutzen die positive Kraft der Sozialen Medien und einer engagierten Digital Community, um das gesellschaftliche Miteinander zu stärken.

2

Wir setzen uns dafür ein, dass (junge) Menschen die Kompetenzen, die Reflexionsfähigkeit und das Know-How entwickeln, um sich sicher und verantwortungsvoll in den Sozialen Medien zu bewegen.

3

Wir befähigen (junge) Menschen, Soziale Medien als Werkzeug für ein verantwortungsbewusstes Miteinander und eine zukunftsfähige Demokratie einzusetzen.



Unsere Mitglieder

Unsere über 70 Mitglieder setzen sich aktiv für einen bewussteren Umgang mit und auf Social Media ein. Sie tragen als Influencer:innen, Expert:innen oder Multiplikator:innen die Werte unseres Vereins in ihre eigenen Netzwerke und Communities weiter und wirken als wichtige Botschafter:innen und Multiplikator:innen.



Sophie Achermann - Beirätin

«Wir alle tragen eine Verantwortung im digitalen Raum, egal ob wir Inhalte erstellen oder verbreiten. Höchste Zeit das wir uns vertiefter mit dieser Verantwortung auseinandersetzen.»
Geschäftsführerin Public Discourse Foundation und
Präsidentin Tech against Violence



Dominic Stöcklin - Vorstand

"Influencer sind aus einem modernen Marketing-Mix nicht mehr wegzudenken. Damit einher geht ein erhöhter Anspruch an einen verantwortungsvollen Umgang auf allen Seiten."
CMO Basel Tourismus und
Studiengangsleiter am Institute for Digital Business HWZ



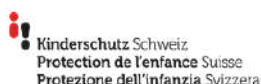
Ramin Yousofzai - Member

«Ich habe während meiner Social-Media-Zeit einige heikle Situationen erlebt und selbst in Gang gesetzt. Der Code of Conduct ist ein Schritt in die richtige Richtung, unser Social-Media-Leben angenehmer und respektvoller zu gestalten.»

Unsere Partner:innen

Unsere Partner:innen unterstützen uns durch finanzielle Beiträge, ehrenamtliche Leistungen und Kooperationen. Dazu zählen Unternehmen sowie Not-for-Profit-Organisationen, die Social Media in ihrem Marketing-Mix einsetzen und unsere Vision einer verantwortungsbewussten digitalen Öffentlichkeit teilen.

Wir sind stolz auf unsere Conscious Partner:innen, und dankbar für ihre Unterstützung!



Kontakt

Wir freuen uns auf Fragen, Ideen und Projektvorschläge an unsere Geschäftsstelle



Dank

Wir danken allen Mitgliedern, Partner:innen, Förderstellen und Unterstützer:innen, die den Conscious Influence Hub 2025 begleitet und ermöglicht haben.

Ein besonderer Dank gilt allen Institutionen, Ausstellungsorten, Schulen, Expert:innen, Creator:innen, Medienpartner:innen und freiwillig engagierten Personen, die WTFake und unsere weiteren Aktivitäten mitgetragen haben.

Danke an den Vorstand für die strategische Begleitung, an alle Partner:innen für ihr Vertrauen und an alle Menschen, die mit uns daran arbeiten, digitale Räume verantwortungsvoller, faktenbasierter und respektvoller zu gestalten.



Telefon

078 792 32 61



Email Adresse

hello@consciousinfluencehub.org



Website

www.consciousinfluencehub.org



**Conscious
Influence
Hub**