

BVDW veröffentlicht Richtlinien für den respektvollen Umgang in Social Media

Leitfaden „Social Media Code of Ethics“ für Werbungtreibende definiert Kommunikation mit Nutzern

Düsseldorf, 19. November 2009 – Die Fachgruppe Social Media im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. veröffentlicht Richtlinien für den respektvollen Umgang in Social Media. Mit dem „Social Media Code of Ethics“ definiert der BVDW sechs Empfehlungen für Werbungtreibende zur Kommunikation mit Nutzern in Blogs, Social Networks und auf Websites mit Social-Bereichen. Der ausführliche Leitfaden ist auf der Website des BVDW unter www.bvdw.org erhältlich.

Öffentlicher Dialog

„Gerade negative Bewertungen von Nutzern oder kritische Blogbeiträge sind vielen Unternehmen ein Dorn im Auge, die regelmäßig mit rechtlichen Schritten reagieren und damit das konstruktive Potential von Social Media verkennen“, sagt Axel Schmiegelow (sevenload), Vorsitzender der Fachgruppe Social Media im BVDW. „Erfolgreiches Social Media Marketing erfordert jedoch einen öffentlichen, achtungsvollen Dialog zwischen Werbungtreibenden und Nutzern. Social Media bedeutet für die Kommunikation, den Dialog auf Augenhöhe zu führen und auch mal Kritik anzunehmen, vor allem aber ehrlich darauf zu reagieren. Der BVDW Social Media Code of Ethics bietet hier Orientierung im Spannungsfeld zwischen Markenführung und Authentizität.“

Veränderte Kommunikation im Web

Das Social Web hat die Kommunikationsspielregeln des Internets verändert. Die Nutzer sind nicht mehr reine Empfänger von Botschaften, sondern können selbst Inhalte publizieren – in Blogs, Social Networks, Online-Shops und/oder auf Nachrichtenportalen. Dies beeinflusst die Markenführung und Unternehmenskommunikation im Web: Gängige Marketing- und PR-Instrumente greifen nicht mehr. Social Media erfordert einen Dialog zwischen Unternehmen und Internetnutzern auf Augenhöhe. Abmahnungen oder Drohungen erzielen dagegen einen negativen Effekt, der durch öffentlichen Druck zur langfristigen Schädigung des Images einer Marke und/oder Unternehmens führen kann.

Erhältlich auf der BVDW Website

Erhältlich ist der BVDW Social Media Code of Ethics als Download im PDF-Format unter www.bvdw.org.

Weitere Informationen und Bildmaterial auf Anfrage oder unter:
www.bvdw.org/presseserver/social_media_code_of_ethics

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Ingo Notthoff, Pressesprecher
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
notthoff@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**

Über die Fachgruppe Social Media im BVDW

Die Fachgruppe Social Media ist die Interessensvertretung für den Bereich Social Media und vereint Experten unter dem Dach des BVDW. Dabei bietet die Fachgruppe den Werbungtreibenden, Vermarktern, Agenturen und Social Media Plattformen ein ideales Forum für eine innovative und zielführende Zusammenarbeit. Die Fachgruppe hat es sich zum Ziel gesetzt, Markttransparenz und Rechtssicherheit zu schaffen beziehungsweise Standards zu entwickeln.