



**SOCIAL MEDIA
CODE OF
ETHICS**



SOCIAL MEDIA CODE OF ETHICS

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, auf Nachrichtenportalen etc. Gerade negative Bewertungen oder kritische Artikel sind vielen Unternehmen ein Dorn im Auge. Der Nutzer mischt sich aktiv in die Markenführung und Unternehmenskommunikation ein und lässt sich nicht beeinflussen. Die gängigen Marketing- und PR-Instrumente greifen nicht mehr. Social Media erfordert einen öffentlichen Dialog zwischen werbungstreibenden Unternehmen und Internetnutzern: sachlich, fair und achtungsvoll. Der Social Media Code of Ethics der Fachgruppe Social Media im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. listet sechs Punkte auf, die werbungstreibende Unternehmen im Umgang mit Social Media beachten sollten.

1. RESPEKT

Wir respektieren unsere Nutzer und deren Meinungen und achten auf einen respektvollen Umgang der Akteure untereinander.

2. SACHLICHKEIT

Wir begrüßen themenbezogene Inhalte und sachliche Kritik.

3. ERREICHBARKEIT

Wir reagieren schnellstmöglich und angemessen auf direkte Fragen, Anregungen und Kritik.

4. GLAUBWÜRDIGKEIT

Wir stehen mit unseren öffentlichen Aussagen und Meinungen nach bestem Wissen und Gewissen für Transparenz und Glaubwürdigkeit.

5. EHRLICHKEIT

Wir gehen mit Fehlern offen um und verschleiern sie nicht.

6. RECHT

Wir respektieren die Rechte unserer Nutzer sowie die Rechte unbeteiligter Dritter, insbesondere Urheber- und Persönlichkeitsrechte und Datenschutz.



Herausgegeben von



Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Kaistraße 14 | 40221 Düsseldorf

Tel 0211.600 456-0 | Fax 0211.600 456-33

info@bvdw.org | www.bvdw.org