

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/78631/1551519/-smwberlin-verleiht-oskr-fuer-streitkultur-in-sozialen-medien> abgerufen werden.



#smwberlin verleiht "Oskr" für Streitkultur in sozialen Medien

27.01.2010 - 13:29 Uhr, Social Media Week

Berlin (ots/PRNewswire) - Am Dienstagabend, den 2. Februar 2010 wird erstmalig der Social Media Award "Oskr" verliehen. Er wird anlässlich der Social Media Week Berlin im Festsaal Kreuzberg an Akteure einer Auseinandersetzung vergeben, die vor allem in Social Media geführt und kommuniziert wurde. Moderiert wird die Veranstaltung von Nilz Bokelberg. Die Jury, bestehend aus den Initiatoren der #smwberlin, küren am Ende des Abends den publikumsträchtigsten Streit und dessen Parteien.

"Wir leben in einer vernetzten Gesellschaft und das Internet avanciert mehr und mehr zu einem Ort, an dem sich Menschen aktiv und kritisch mit der Kommunikationsarbeit von Unternehmen und Marken auseinandersetzen und Veränderungen fordern. Mit der Verleihung des Social Media "Oskrs" zeigen wir, dass hier konstruktive Auseinandersetzungen stattfinden können, die für beide Parteien wichtig sind", Bastian Unterberg, Leiter der Social Media Week in Berlin. Unterberg erklärt weiter, "Der Award steht daher symbolisch für Konfliktbewältigung in den sozialen Medien und macht deutlich, dass Fairness sowie Transparenz verlangt und der konstruktive Dialog mit Unternehmen geschätzt wird."

Die Verleihung ist krönender Abschluss des zentralen Kongresstages, der ebenfalls im Festsaal Kreuzberg stattfindet und den ersten Höhepunkt der #smwberlin darstellt. Programmpunkte wie "Community Managing" oder "Social Media Marketing" informieren über aktuelle Entwicklungen und Neuigkeiten im Web 2.0. Der Veranstaltungsplan wird über die sozialen Netzwerke und regelmäßige öffentliche Meetups koordiniert und ist ab sofort unter <http://socialmediaweek.org/berlin/> einsehbar. Alle Veranstaltungen sind kostenfrei, Anmeldungen sind erwünscht.

Über Social Media Week Berlin 2010:

Die im letzten Jahr in New York abgehaltene Social Media Week expandiert weltweit und findet dieses Jahr erstmals auch in Berlin statt. Die Berliner Social Media Week steht unter dem Leitthema "Streit! - Konstruktive Kontroversen im Web". Anspruch der Social Media Week ist es, eine Klammer zu geben, unter der sich eine Vielzahl von Initiativen versammeln und Partnerevents anbieten. Dieser offene Ansatz zeigt das Grundverständnis von Social Media als offene und das Mitmachen fördernde Entwicklung, die sowohl im Netz als auch in der realen Welt immer mehr Freunde findet.

Mehr Informationen: <http://socialmediaweek.org/berlin/>

And the Nominees are...

Ursula von der Leyen vs. Franziska Heine - Mit der Online-Petition "Internet - Keine Indizierung und Sperrung von Internetseiten" bekundete Franziska Heine 2009 ihren Protest gegen die von Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen geplante Regelung zu Sperrungen von Internetinhalten in Deutschland. 135.000 Unterstützer unterschrieben die Petition. Frau von der Leyen zeigte publik Diskussionsbereitschaft. Die Aktion wurde mehrfach in der Öffentlichkeit als Musterbeispiel für demokratisches Handeln mit den Mitteln des Internets bewertet.

Jako vs. Frank "Trainer Baade" - Die Sportartikelfirma Jako verklagte den Blogger "Trainer Baade" aufgrund eines negativen Blogposts über das neue Firmenlogo. In der Blogosphäre entfachte eine hitzige Diskussion über Meinungsfreiheit im Internet und über das fragwürdige Verhalten des Unternehmens Jako. Dieses lenkte letztendlich ein, zeigte sich öffentlich einsichtig und bereute, nicht gleich mit dem Blogger Kontakt aufgenommen und die Sache direkt geklärt zu haben.

Jens Weinreich vs. Theo Zwanziger - Sportjournalist Jens Weinreich bezeichnete Theo Zwanziger, Präsident des Deutschen Fußballbundes (DFB) in einem Blogkommentar als "unglaublichen Demagogen". Nach einer Unterlassungs- und einer Verleumdungsklage, einigten sich beide Parteien aussergerichtlich.

Facebook vs. Initiative der "Disklike"-Buttons - Millionen Internet-Nutzer fordern eine "Dislike"- Funktion - das Gegenstück der "Like"- Funktion - bei Facebook. Innerhalb von drei Tagen hatten sich über 1.000.000 Facebook-User der Initiative angeschlossen. Facebook hält bis zum jetzigen Zeitpunkt wenig von den Absichten der Dislike-Initiative und sorgt sich um die Gute-Laune-Aura des Netzwerkes.

DaWanda vs. Jack Wolfskin - DaWanda wurde von Jack Wolfskin gebeten, bestimmte Produkte mit Katzenpfoten-Motiven u.ä. von der Plattform zu nehmen. DaWanda kam dem Anliegen nach und suchte den Dialog. Dennoch wurden diverse Hersteller/Mitglieder von Seiten Jack Wolfskins abgemahnt. Die Vorgehensweise der Outdoor-Marke stoss auf grosse Kritik im Internet und erfuhr massive Unterstützung durch die Medien. Jack Wolfskin lenkte ein, zog die Abmahnungen gegen die DaWanda-Mitglieder zurück und hinterfragte sein Handeln öffentlich.

Pressekontakt:

CONTACT: #smwberlin, c/o white whale communications, Tobias Kaufmann, Tel.: +49(0)30-8687-0506-71, Fax: +49(0)30-8687-0506-70, [mail@whitewhale.de](mailto:mail@whitewhale.de)

Originaltext:

Social Media Week

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/78631/social-media-week>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_78631.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_78631.rss2)