

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/78631/1555180/and-the-social-media-oskr-2010-goes-to-dawanda-and-jack-wolfskin> abgerufen werden.



And the Social Media Oskr 2010 Goes to...DaWanda and Jack Wolfskin!

03.02.2010 - 10:06 Uhr, Social Media Week

Berlin (ots/PRNewswire) - Im Rahmen der Social Media Week in Berlin (#smwberlin) wurde am Dienstag, dem 2. Februar 2010 zum ersten Mal der Social Media Award "Oskr" im Festsaal Kreuzberg verliehen. Die Verleihung war krönender Abschluss des zentralen Kongresstages, auf dem ausführlich über aktuelle Entwicklungen und Neuigkeiten im Web 2.0 informiert wurde. Bekannte Persönlichkeiten wie Johnny Haeusler von Spreeblick oder Sascha Lobo, freuten sich wie Moderator Nilz Bokelberg auf den Abend. "Selten war Streit unterhaltsamer als in diesem Rahmen. Wir haben es geschafft, die Perlen deutscher Online-Streitkultur gebührend zu würdigen", erklärt der Moderator. Die aus den Initiatoren der #smwberlin bestehende Jury kürte in Anwesenheit von über 300 Gästen die DaWanda GmbH und Jack Wolfskin zum Preisträger des "Oskr". Der Award wurde unter dem Motto "Streit! Konstruktive Kontroverse im Web" an die beiden Unternehmen vergeben.

Letztes Jahr gerieten DaWanda und Jack Wolfskin wegen einer Copyright-Frage aneinander. DaWanda wurde von dem Outdoorartikel-Hersteller aufgefordert bestimmte Produkte mit Katzenpfoten-Motiven von der Plattform zu nehmen. Trotz sofortigem Handelns, wurden diverse DaWanda Hersteller und Mitglieder von Jack Wolfskin abgemahnt. Die Vorgehensweise des Unternehmens stieß auf erhebliche Kritik im Internet und erhielt daraufhin grosse Aufmerksamkeit von den Medien. Jack Wolfskin zeigte sich öffentlich einsichtig, lenkte ein und nahm die Abmahnungen gegen die DaWanda-Mitglieder zurück. Bastian Unterberg, Jurymitglied und Leiter der Social Media Week in Berlin erklärt, "Wir haben uns für DaWanda und Jack Wolfskin entschieden, um ein Zeichen zu setzen: DaWanda nutze den Konflikt nicht, um eigene Popularität zu erzielen. Denn der Fall darf keine Blaupause für eine auf Social Media gestützte Kampagne gegen traditionsbewusste Markeninhaber sein. Die Jury zeichnet heute Abend daher diese Kontroverse mit dem Oskr aus und würdigt das einsichtige Verhalten sowie das konstruktive Reagieren Jack Wolfskins. Die Outdoormarke nutzte schliesslich auch die Situation als Chance, seine legitimen Interessen darzustellen und offen seinen Unternehmensstandpunkt zu erklären."

"Wir freuen uns sehr über den "Oskr". Als erster seiner Art, erkennt der Preis die Power und vor allem die Wichtigkeit der Meinung der Menschen im Internet an. Beide Parteien haben aus dem Streit viel gelernt. Wir begrüßen den positiven Ausgang sowie Jack Wolfskins entgegenkommendes Verhalten. Das Unternehmen hat die Kritik im Internet ernst genommen und verstanden, dass einsichtiges Handeln von der Social Community honoriert wird", sagt Claudia Helmig, Geschäftsführerin der DaWanda GmbH. "Weiterhin gilt unser Dank der DaWanda-Community, die in Rekordzeit reagiert und uns tatkräftig unterstützt hat. Wir sind unheimlich stolz auf unsere Community und jetzt auch auf unseren ersten "Oskr"!".

"Auch wenn die Kritiken an unserem Vorgehen das ein oder andere mal vielleicht etwas unterhalb der Gürtellinie gelandet sind - wir haben uns den Anliegen gestellt und uns selbst kritisch hinterfragt," sagt Ingola Metz, Pressesprecherin bei Jack Wolfskin Deutschland. "Zwar haben wir nun in der Folge nicht - wie es bestimmte Interessengruppen gerne hätten - gleich auf unseren Markenschutz verzichtet, aber sehr wohl unsere Abläufe geändert und dem Dialog mit eventuellen Markenrechts-Verletzern deutlich noch mehr Vorrang eingeräumt. Zudem haben wir verstanden, wie wichtig es ist, auch kritische Themen für die allgemeine Öffentlichkeit offen und verständlich zu kommunizieren. Das wollen wir in Zukunft deutlich besser machen. Abschliessend möchten wir Ihnen versichern, dass wir bei aller Wertschätzung alles daran setzen werden, eine weitere Nominierung für einen publikumsträchtigen Streit zu vermeiden!"

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/>

Contact:

CONTACT: Tobias Kaufmann, Tel: +49(0)151-2127-1405,
Fax: +49(0)30-8687-0506-70, tobias@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