

## #StopHateforProfit: VAUDE beteiligt sich am Facebook Werbe-Boycott

von bb - Mittwoch, 1. Juli 2020

<https://www.pd-f.de/2020/07/01/stophateforprofit-vaude-beteiligt-sich-am-facebook-werbe-boykott/>



Beginn Originaltext:

XXXXXX

#StopHateForProfit: Online-Werbung auf Facebook und Instagram ab Juli gestoppt

[VAUDE](#) beteiligt sich am Facebook Werbe-Boycott

VAUDE schließt sich der internationalen #StopHateForProfit Kampagne an, die Facebook dazu bewegen möchte, stärker gegen hasserfüllte, gewaltverherrlichende und rassistische Inhalte in seinen Netzwerken vorzugehen. Der Outdoor-Ausrüster hat ab dem 1. Juli bis auf Weiteres sämtliche bezahlten Werbemaßnahmen auf Facebook und Instagram gestoppt. Die Kampagne, die Unternehmen zum Werbe-Boycott bei Facebook aufruft, wurde von mehreren amerikanischen Non-Profit-Organisationen wie der „Anti Defamation League“ initiiert.

VAUDE legt großen Wert auf Verantwortung und Fairness in allen Handlungsfeldern. Das Familienunternehmen positioniert sich entschieden gegen Rassismus und Diskriminierung jeglicher Art. „Deshalb unterstützen wir die Kampagne aus voller Überzeugung und bekräftigen die Forderung an Facebook, Hass, Spaltung und Manipulation nicht weiter zu fördern. Facebook gibt sehr strenge Nutzungsbedingungen vor, aber leider nur auf dem Papier. In der Praxis werden sie nicht konsequent umgesetzt. Das liegt uns sehr am Herzen, gerade weil wir Facebook für eine sehr wichtige Plattform für den Austausch von Menschen halten“, so Manfred Meindl, Leiter Internationales Marketing VAUDE. Für VAUDE gehören Facebook und Instagram zu den wichtigsten

Werbeplattformen, auf die circa 25 Prozent des Media-Budgets entfallen. VAUDE selbst achtet auf strenge Community-Richtlinien in seinen sozialen Kanälen.

Neben VAUDE haben sich bereits weitere namhafte Outdoor-Marken wie Patagonia, The North Face oder Houdini sowie auch große Unternehmen anderer Branchen der Initiative angeschlossen. Durch die Kampagne soll Facebook dort getroffen werden, wo es am meisten weh tut: bei den Werbeeinnahmen, die fast den gesamten Umsatz des Internetkonzerns ausmachen. Wenn sich viele Unternehmen beteiligen, könnte der zunehmende Druck die Plattform zum Umdenken bewegen. „Wir hoffen sehr, dass Facebook sich mit den Forderungen auseinandersetzt und diese Chance nutzt, um eine Plattform für eine menschlichere Gesellschaft und eine bessere Welt zu sein“, so Manfred Meindl.

XXXXXX

Ende Originaltext

[Bildauswahl zum Thema \(4 Bilder\)](#)

**Passende Themen beim pd?f:**

[Nachhaltigkeit – Produkte und Konzepte für zukunftsfähigen Radverkehr](#)

[Zehn Gründe, warum Radfahren gesund macht](#)

[Neun Taschen und ein „Koffer“ für Fahrradpendler](#)

[Modisches und Praktisches für die Stadt](#)

**Passendes Bildmaterial**