

So erfolgte das Schließen dieser Lücken meist erst, nachdem schon größere Schäden eingetreten waren. Dieses Szenario wiederholte sich im Zusammenhang mit der Nutzung des neuesten technischen Wunderwerks, der Social Media.



Hierzu gehören unter anderen Facebook (9/2011: 800 Mio. User/Monat), Friendster, MySpace, LinkedIn, Twitter und YouTube, die alle schon 2010 mehr als 50 Millionen Mitglieder aufwiesen. Es ist absolut sicher, dass mindestens eine Person in Ihrem Unternehmen bei mindestens einer dieser Seiten Mitglied ist, wahrscheinlich sind es aber mehrere Betriebsangehörige, die gleich in mehreren Seiten vertreten sind.

Social Media bieten ihren Mitgliedern nicht zu leugnende Vorteile:

- Alte Bekanntschaften erhalten oder auffrischen
- und neue Menschen kennenlernen,
- mit Freunden und anderen Mitgliedern gemeinsame Unternehmungen arrangieren,
- Kalender austauschen,
- Messages, Fotos und Videos.

Die hier verwendeten Daten sind in einer neuen Datenstruktur, dem sogenannten Social Graph enthalten. Dies ist das Netz der Daten-Beziehungen zwischen Menschen, Lokationen, Aktivitäten und Berufen. Diese Informationen können sowohl privat, als auch eingeschränkt nach einer Vorgabe zugänglich sein – stets jedoch hat der Anbieter des Dienstes alle Daten, und wie geschützt diese Daten auch immer zum jetzigen Zeitpunkt definiert sein mögen, so hat doch die Erfahrung gezeigt, dass sie letztendlich alle potenziell öffentlich sind.

Diese Tatsache macht Social Media zu einem potenziellen Sicherheitsproblem für Unternehmen, die

ja schließlich aus Personen bestehen und das Leben vieler dieser Menschen ist in zunehmendem Maße ziemlich genau in dem rasch wachsenden Netz des Social Graph abgebildet, das sich quer über das ganze Internet erstreckt. Dieses Netz der Social Media erinnert an Brave New World.

Aber auch im Social Graph kann man den Gefahren durch Sicherheitsvorkehrungen, Richtlinien und Aufklärung begegnen.

Ein Gewinn für das Unternehmen

Nicht nur die Mitglieder und die Seiten-Betreiber profitieren von Social Media. Auch die Unternehmen ziehen Nutzen daraus, wenn sie Social Media auf kreative Weise einsetzen. In vielen Unternehmen setzen die Angestellten bereits soziale Netzwerke wie LinkedIn und Facebook ein, um geschäftliche Kontakte zu pflegen, rasche Antworten auf auftauchende geschäftliche Fragestellungen zu erhalten oder um gegenseitige Gefälligkeiten auszutauschen. Dies trägt alles zur Verbesserung der Produktivität bei, vorausgesetzt, dass die Leute sich diszipliniert verhalten und nicht am ständig offenen Browser eine Stunde pro Tag mit privaten Kontakten vergeuden. Manche Unternehmens-Abteilungen sind geradezu dazu prädestiniert, soziale Netzwerke für ihren Tätigkeitsbereich einzusetzen, zum Beispiel die Personalabteilung bei der Personalsuche, das Marketing zur Erhöhung der Markenbekanntheit sowie die Produktentwicklung um Testgruppen zu managen und Testurteile einzuholen.

This content is available for purchase. Please select from available options.

- [7 Euro/Monat NEWSabo digital - sofort zugreifen.](#)
- [13,5 Euro/Monat NEWSabo plus inklusive 5x Login & Print-Ausgabe - sofort zugreifen.](#)

[Login & Purchase](#)