

## Schützen Sie Ihr Unternehmen

### Verinnerlichung des Social Graph Gefüges

Das Social Graph ist das Netzwerk der Verbindungen, die Menschen zur Kommunikation nutzen. Dies wird definiert nach der Art der Verbindungen, i.e. Arbeitsleben, Freundschaften, Interessen und Lokationen. Es kann sich sowohl um eine geschlossene Gruppe innerhalb einer Familie als auch um eine offene Gruppe von Geschäftsleuten handeln. Social Graphs werden hauptsächlich von den teilnehmenden Mitgliedern geschaffen. Diese laden andere Mitglieder dazu ein, sich einer speziellen Social Media Infrastruktur oder einer Gruppe anzuschließen.



In einer einzigen Website eines sozialen Netzwerkes existieren demnach viele Social Graphs, manche sind miteinander verbunden, andere nicht. Der Betreiber gibt die Regeln für den Verkehr und die Wahrung der Privatsphäre vor, die die reibungslose Kommunikation gewährleisten und gleichzeitig genug Freiraum für den Austausch unter Mitgliedern und auch für die notwendige Finanzierung durch den Betreiber ermöglichen sollen - Letzteres meist durch zielgruppengenaues Marketing. Dieses finanzielle Motiv kann man dem Betreiber natürlich nicht vorwerfen. Schließlich hat er sehr hohe Entwicklungs- und Betriebskosten zu decken und möchte auch irgendwann in eine Gewinnzone kommen.

In einer einzigen Website eines sozialen Netzwerkes existieren demnach viele Social Graphs, manche sind miteinander verbunden, andere nicht. Der Betreiber gibt die Regeln für den Verkehr und die Wahrung der Privatsphäre vor, die die reibungslose Kommunikation gewährleisten und gleichzeitig genug Freiraum für den Austausch unter Mitgliedern und auch für die notwendige Finanzierung durch den Betreiber ermöglichen sollen - Letzteres meist durch zielgruppengenaues Marketing. Dieses finanzielle Motiv kann man dem Betreiber natürlich nicht vorwerfen. Schließlich hat er sehr hohe Entwicklungs- und Betriebskosten zu decken und möchte auch irgendwann in eine Gewinnzone kommen.

Von einem gut geführten sozialen Netz sollten alle profitieren: die Mitglieder, die Marketing-Kunden und der Betreiber.

Leider erschöpft sich damit jedoch die Betrachtung des Begriffes „Social Graph“ nicht. Es existiert auch eine Art von Untergrund-Datennetz, das viele Verbindungen registriert, die die Nutzer nicht selbst geschaffen haben und von denen sie auch nichts wissen. Die Quelle dieser Verbindungen sind Webbrowser Cookies und andere Funktionen, die die Identifikation der Benutzer ermöglichen. Die Betreiber von Social Media tauschen detaillierte Nutzer-Daten untereinander aus und machen sie auch Marketing-Kunden zugänglich, sodass diese Rückschlüsse auf Verbindungen zwischen den Benutzern und zwischen den Aktivitäten ziehen können, also eigene neue Bezüge herstellen. Wenn beispielsweise ein Facebook-Mitglied etwas bei Amazon.com kauft, dann können Amazon und Facebook aus dieser Transaktion Daten generieren und austauschen, die es Facebook ermöglichen, dem User, und auch seinen Freunden, Banner anzuzeigen, deren Zielgruppengenauigkeit wesentlich besser ist als zuvor. Ob das dann im Sinne des Mitglieds ist, bleibt ungewiss.

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](#)