



Soziale Netzwerke

Christoph Süsens

Grundlagen der Wirtschaftsinformatik

FH-Flensburg

- Definition
- Dienstanbieter
- Funktionsweise
- Voraussetzung
- Unternehmen
- Branchen
- Geschäftsmodell
- Risiken

Agenda

Ein soziales Netzwerk ist eine Gemeinschaft, mit dem Ziel des sprachlichen Austausches.

Im Internet findet dieser Austausch in sogenannten Communities oder Portalen statt. Dabei werden Meinungen, Eindrücke und Erfahrungen miteinander ausgetauscht.

Definition



Besucher sozialer Netzwerke

in Deutschland im März 2010 Veränderung
(in Millionen) zu März 2009

Facebook	15,0	291%
SchülerVZ	9,3	2%
Wer-kennt-wen	7,5	27%
StudiVZ	6,2	-1%
MeinVZ	5,9	30%
MySpace	5,1	-4%
Stayfriends	4,7	49%
Jappy	3,7	33%
Twitter	2,9	494%
Xing	2,5	73%
Lokalisten	1,8	-19%

Quelle: Comscore F.A.Z.-Grafik Brocker

Diensteanbieter

- Benutzerprofil
 - Gibt Auskunft über den User und seine Vorlieben
- Suchfunktion
 - Mitglieder-, Gruppen-, Begriffssuche
- Nachrichten Senden/Empfangen
- Freunde verwalten
- Bloggen/Mikrobloggen
- Foto-/ Videoaustausch
- Chat
- Statusupdates
 - Fotos, Videos, Freundesanfragen, Nachrichten, Besucher

Funktionsweise

- Internet-Zugang mit neuester Browser-Software
 - zur Nutzung neuester Kommunikationsoptionen
- E-Mail-Konto
 - zum Anmelden am Portal und Nachrichten Austausch
- Ggf. Smartphone zur Nutzung von Apps
 - jederzeit mit der Community in Verbindung sein
 - von Zuhause und Unterwegs

Voraussetzung

Soziale Netzwerke aus unternehmenstechnischer Sicht

- Dialog statt Monolog mit den Verbrauchern
- Gezieltes Ansprechen der Verbraucher
- Hohe Reichweite
- Erfahrungsaustausch
- Brand Profile sorgt für beste Inszenierung der Eigenmarke
- Werbung wird anfassbar – Nutzer werden Aktiv
- Virales Marketing
- Personalmanagement

Unternehmen

- **Telekommunikation**
- **Electronics**
- **Film**
- **Auto**
- **Musik/Livemusik**
- **Gaming**
- **Consumer**
- Nahrungsmittel
- Einrichtung/Haushalt
- Tiere
- Familien/Kinder
- Sport
- Literatur/Medien/Verlag
- Spaß/Komik/Comedy
- Reise/Tourismus
- Party/Feier/Dates
- Wellness/Gesundheit/Fitness
- Politik/Gesellschaft
- Finanzen/Versicherungen
- Studium/Ausbildung/Lehre
- Bildung/Kultur

Branchen

Finanzierung der Dienste durch:

- Werbung / Marketing-Aktionen
- Premium-Leistungen z. B. Xing
- Öffnen der sog. Social Graphs für Entwickler
 - Gewinnbeteiligung
- Finanzierung durch B2B statt B2C

Geschäftsmodell

- Daten- oder Identitätsdiebstahl durch Cyberkriminelle
- Unfreiwillige Informationsübermittlung durch Datenlecks an Dritten
- Zielgerichtete Attacken gegen Unternehmen aufgrund der gespeicherten Daten in sozialen Netzwerken
- Mobbingattacken gegen andere User
- Schwachstellen der Netzwerktechnologie
- Spam- & Phishing-Attacken

Risiken

- Malware-Verteilung über Soziale-Netzwerke
- Manipulation von Daten in den Profilen
 - (Referenzen, Lebensläufe etc.)
- Steigende Infrastruktur- und Wartungskosten für def. Sicherheitslösungen bei Unternehmensnetzwerken
- Produktivitätseinbußen, die durch Schäden aufgrund manipulierter sozialer Netzwerke entstehen
- Datensammlungen von Fremddaten durch Dienstbetreiber

Risiken II

- http://www.ethority.de/weblog/wp-content/uploads/2010/04/smprism2_web_medium.JPG
- <http://www.conceptbakery.com/cb-blog-de/2009/07/24/warum-unternehmen-auf-social-media-facebook-twitter-und-co-setzen-sollten/>
- <http://www.wiwo.de/management-erfolg/wie-unternehmen-auf-facebook-co-umkunden-buhlen-429810/2/>
- <http://www.seedfinance.de/2009/01/05/geschaeftsmodell-fuer-soziale-netze-ist-endlich-gefunden/>
- http://www.itseccity.de/?url=/content/virenwarnung/sicherheitslecks/090508_vir_sic_compasssecurity.html
- <http://www.presseanfragen.com/11322-vorschnell-besttigte-freundschaftsanfragen-in.html>
- <http://koeln-bonn.business-on.de/leitfaden-fachgruppe-social-media-id25514.html>
- <http://www.bitdefender.de/NW1062-de--bitdefender-warnt-vor-gefahren-in-social-networks.html>

Quellen

Vielen Dank
