

## Social Media im Zeitalter der Informations- und Kommunikationstechnologien

GooglePlus als neues Pendant für Facebook? Ein Trugschluss oder bereits Realität? Es handelt sich hierbei um das weltweit meistgenutzte Social Network bekannt als Facebook, das es seit 2004 zu einer berühmten Plattform für private, wie auch geschäftliche Zwecke geschafft hat. Doch stellt sich GooglePlus dagegen und versucht Facebook durch ähnliche, doch auch mithilfe neuer Möglichkeiten für den Nutzer ihm den Rang abzutreten.

Lohnt es sich denn der Wechsel? Kritiker haben unterschiedliche Auffassungen, jedoch gibt es bereits erste User auf der neuen sozialen Plattform. Es wird angenommen, dass sich die meisten Tools bei Beiden sehr ähneln, jedoch scheint GooglePlus auch neue Vorteile mit sich zu bringen. Eines dieser Errungenschaften ist das Bilden von Circles (Kreisen). Hierbei kann der Nutzer jeden Menschen in seiner Liste in verschiedene Kategorien, wie beispielsweise Freunde, Familie oder Arbeitskollegen einordnen. Eine sehr günstige Anwendungsmöglichkeit, da es nicht jedem möglich sein sollte, alle Status-Meldungen zu sehen. Denn ein Mitarbeiter sollte in etwa nicht von neuen Romanzen erfahren oder die Familie von interessanten Kursen an der Börse.

„Grundsätzlich ist es in der heutigen Gesellschaft mehr als notwendig für Unternehmen in verschiedenen Medien präsent zu sein.“, so auch Dr. Gunnar Kitzmann, Co-Geschäftsführer des Management-Instituts Dr. A. Kitzmann. Diesen Nutzen tragen nicht nur die Betriebe selbst, denn auch Kunden oder Mitarbeiter können auf diesem Wege mit den Firmen in Kontakt treten. Jedoch sieht das Management-Institut auch die Gefahren und die immerwährende Arbeit bei einem solchen Eintritt in die Öffentlichkeit, der nicht unterschätzt werden darf. Wenn sich ein Unternehmen entschließt, in einen Dialog zu gehen, muss die Präsenz auf diesen Seiten fortlaufend gewährleistet sein. Denn sollte der Name für einen Kunden zu finden sein, aber veraltete Daten und Fakten treten auf, werfen diese ein negatives Licht auf den Betrieb. Dabei erfüllt die Darstellung nicht seinen Zweck und bewirkt zudem einen gegenteiligen Effekt.

Um sich mit den neuen Medien und der optimalen Nutzung vertraut zu machen, möchte das Management-Institut Dr. A. Kitzmann den verantwortlichen Führungskräften für Online-Netzwerke die Möglichkeit bieten, sich gezielt dar-

---

zustellen und den [Auftritt im Web 2.0](#) erfolgreich zu gestalten. Auch das Management-Institut stellt sich den Social Media und ist daher bei Facebook, Twitter, Xing und Youtube zu finden.