

Notwendigkeit und Nutzen von Social Media und daraus entstehende Herausforderungen

Facebook, Twitter, Xing, Myspace, Youtube und die Liste scheint nicht mehr aufhören zu wollen. Heutzutage scheint diese Art von Medien eine entscheidende Rolle im Bereich Marketing und Vertrieb zu spielen. Das aktuell meistgenutzte Kommunikationsmittel ist die 2004 erstmals zugängliche Plattform Facebook. Doch stellt sich das neue Pendant GooglePlus dagegen und versucht, dem berühmten Social Network den Rang abzutreten.

Lohnt es sich zu wechseln? Kritiker bewerten es sehr unterschiedlich, 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 darzustellen 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.