

## Management Summary

**Abstract:** Social Media Plattformen werden immer wichtiger für eine erfolgreiche Unternehmenskommunikation. Das Medium selbst bietet den Unternehmen nicht nur eine kostengünstige, globale Kommunikationsplattform, sondern verhilft dank der Möglichkeit zur unmittelbaren Interaktivität auch zum tieferen Verständnis über die Kunden-, Stakeholder- und Mitarbeiterbedürfnisse. Social Media ist jedoch wegen des ausgeprägten Interaktivitätscharakters ein äusserst komplexes Feld. Daher ist für eine erfolgreiche Kommunikation in Social Media eine klar definierte Strategie wesentlich. Ausserdem ist es vor dem Hintergrund, dass Unternehmen stark in die Kommunikation über die neuen Kanäle investieren, erforderlich, zu messen, welcher Nutzen der Auftritt in Social Media tatsächlich bringt. Die Messung des Erfolges von Kommunikationsaktivitäten in Social Media ist allerdings keine einfache Aufgabe. Die Messmethoden sind noch nicht ausgereift und es gibt keine allgemeingültigen Messverfahren. Dieser State of the Art soll einen Überblick über den Forschungsstand im Bereich Social Media Strategie und Performance Measurement geben. Es werden Ansätze aufgezeigt, die als Grundlagen zur Strategieformulierung und zur Erfolgsmessung herbeigezogen werden können. Ein spezieller Fokus wird dabei auf Non-Profit Organisationen (NPO's) gelegt.