

Interne Kommunikation

Mitarbeiterzeitschriften, Intranet, Mitarbeiter-Veranstaltungen, Seminare, Trainings, Incentives

Wirkungsebene	Kriterium	Kennzahlen	Einheit
Input	Budget	Planwert abgeleitet aus geplanten Kommunikationsmaßnahmen	€
Interner Output	Budgettreue	Verhältnis geplanter und tatsächlicher Kosten	%
Externer Output	Agenda-Setting	Wie hoch ist der Anteil der Informationen, die sich mit den strategischen Themen des Unternehmens befassen	%
Externer Output	Reichweite	Verhältnis der erreichten MA zur Gesamtzahl der Mitarbeiter; unterscheiden in Print und Intranet	%
Indirekter Outcome	Vertrauenswürdigkeit des internen Mediums	Misst die Zustimmung der MitarbeiterInnen zum durch CP nach außen transportierten Image	Schulnotensystem
Direkter Outcome	Agenda-Akzeptanz bei MA	Informiertheit über die Unternehmensstrategie	Schulnotensystem
Direkter Outcome	Akzeptanz der internen Medien	Zufriedenheit mit den internen Medien	Schulnotensystem
Direkter Outcome	Welche Informationen werden über welchen wahrgenommen	Intranet Mitarbeiterzeitung Schwarzes Brett Vorgesetzte, Kollegen	%-Anteil, woher stammt die Information
Externer Output	Quelle der Information	Intranet Mitarbeiterzeitung Schwarzes Brett Vorgesetzte, Kollegen	%-Anteil, woher stammt die Information
Externer Output	Akzeptanz der internen Medien	Wie sehr werden die Medien genutzt; wie viele Mitarbeiter lesen die Medien	%
Outflow	Anzahl der Bewerbungen aus dem Umfeld der Mitarbeiter	Weiterempfehlung durch MA	
Outflow	Strategisches Bewusstsein	Verinnerlichung der Vision und Werte des Unternehmens	Schulnotensystem