

Podcast-Power für Betriebsräte

Tipps für eine gelungene interne Kommunikation – so werdet ihr von den Kollegen gehört!

Betriebsräte haben mit der innerbetrieblichen Öffentlichkeitsarbeit viel zu tun: Newsletter schreiben, Betriebsversammlungen vorbereiten, das Schwarze Brett aufräumen – und jetzt auch noch Podcasts produzieren? Ist das nicht ein bisschen zu viel des Guten? Nein, denn mit der Stimme lässt sich vieles gut transportieren, und einfach umsetzen lässt sich ein Podcast auch! Also: Habt Mut und fangt einfach an.



Ralf Richter | ifb

ifb. Bildungsreferent & Kommunikationstrainer

Stand: 28.10.2024

Lesezeit: 03:30 min



© AdobeStock | Drobot Dean

Was bringt ein Podcast, was ein bestehendes Medium der innerbetrieblichen Öffentlichkeitsarbeit nicht sowieso schon leistet? Drei Aspekte sprechen dafür, sich mit dem Thema Podcast auseinanderzusetzen:

1. Ein Podcast ermöglicht es, komplizierte rechtliche oder organisatorische Themen auf eine leicht verständliche Weise darzustellen. In der gesprochenen Sprache neigen Menschen dazu, einfachere Wörter und Satzstrukturen zu verwenden, was das Verstehen erleichtert. Schriftliche Texte sind oft formeller und verwenden komplexere Strukturen.

2. Ein Podcast schafft eine persönliche Verbindung zwischen dem Betriebsrat und der Belegschaft, da die Stimme oft eine direktere Wirkung hat als schriftliche Mitteilungen. Sprache wird oft als ehrlicher und authentischer wahrgenommen als schriftliche Texte.
3. Nicht jeder liest gerne lange E-Mails oder Mitteilungen. Ein Podcast kann eine alternative Möglichkeit bieten, Informationen per Sprache zu verbreiten. Nicht zu vergessen, dass es viele Menschen gibt, die sich mit dem Lesen von Haus aus schwertun. Podcasts bieten also eine vielseitige Möglichkeit, die Betriebsratsarbeit auf eine moderne, ansprechende und flexible Art zu kommunizieren. Durch die Nutzung dieses Mediums können Betriebsräte den Dialog mit der Belegschaft fördern.

Eigentlich eignen sich für einen Podcast alle Themen, mit denen Betriebsräte alltäglich zu tun haben.

Welche Inhalte eignen sich für einen Podcast?

Eigentlich eignen sich für einen Podcast alle Themen, mit denen Betriebsräte alltäglich zu tun haben, z. B. zur konkreten Betriebsratsarbeit, zu den Aufgaben des Betriebsrats oder aber auch humorvolle oder unterhaltsame Aspekte der täglichen Arbeit im Betrieb.

Denkt immer daran, dass ihr euch als Betriebsrat in vielen Bereichen viel besser auskennt als die Kollegen. Spielt also gerne auch einmal Erklär-Bär!

Folgende Fragen kann ein Podcast beispielsweise beantworten:

- Was muss die Belegschaft über arbeitsrechtliche Grundlagen wissen?
- Wie sehen die Mitbestimmungsrechte des Betriebsrats aus – und wo sind Grenzen?
- Woran arbeitet der Betriebsrat gerade?
- Welche Ergebnisse und Erfolg hat der Betriebsrat schon erzielt?
- Was steht in Tarifverträgen und Betriebsvereinbarungen?
- Was tut der Betriebsrat zur Förderung von Gleichstellung, fairer Bezahlung und Chancengleichheit?
- Wie beeinflusst mobiles Arbeiten die Work-Life-Balance und was kann der Betriebsrat tun, um flexible Arbeitsmodelle zu fördern.

Man kann Experten mit in den Podcast holen, Interviews führen, Fragen der Mitarbeiter beantworten und auch – indirekt – Statements des Betriebsrats an den Arbeitgeber adressieren.

Bevor Ihr startet: Macht euch einige grundlegende Gedanken, um eurem Projekt eine klare Struktur zu geben.

Wie geht man vor, wenn man einen Podcast produzieren möchte?

Bevor ihr euch als Gremium vor ein Mikrofon setzt und startet, solltet ihr euch einige grundlegende Gedanken machen, um eurem Projekt eine klare Struktur zu geben und erfolgreich durchzustarten.

Zielgruppe und Thema festlegen

Zunächst solltet ihr euch überlegen, wen ihr mit eurem Podcast ansprechen möchtet. Welche Interessen hat eure Zielgruppe, und welche Art von Inhalten erwartet sie? Dies hilft euch dabei, euer Thema präzise zu wählen. Wichtig ist, dass das Thema sowohl euch selbst begeistert als auch für eure Hörer spannend ist. Je klarer das Thema definiert ist, desto einfacher wird es, euer Publikum zu binden und eine treue Hörerschaft aufzubauen.

Format und Episodenstruktur

Sobald das Thema steht, geht es an die Frage des Formats. Wollt ihr euren Podcast allein als Monolog gestalten, in Form von Interviews oder eher als lockeres Gespräch zwischen mehreren Personen? Jedes Format hat seinen eigenen Reiz und spricht verschiedene Hörergruppen an. Überlegt euch zudem, wie lange eine Episode in der Regel sein soll. Hier könnt ihr euch je nach Thema und Zielgruppe für Episodenlängen zwischen 15 und 60 Minuten entscheiden.

Veröffentlichungsfrequenz und Vorbereitung

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Veröffentlichungsfrequenz. Wie oft wollt ihr neue Episoden veröffentlichen? Es ist ratsam, immer drei bis vier Episoden im Voraus zu produzieren, um in stressigen Zeiten flexibel zu bleiben und die Qualität eurer Podcasts zu sichern. Außerdem solltet ihr euch überlegen, ob ihr euch beim Sprechen eher an Notizen orientiert oder ein detailliertes Skript nutzt. Ein Skript ist besonders dann hilfreich, wenn es um inhaltliche Korrektheit geht, beispielsweise bei rechtlichen Themen. Bei Unterhaltungspodcasts könnt ihr hingegen lockerer vorgehen und mehr frei sprechen.

Der richtige Sprechstil

Der Sprechstil ist entscheidend für die Wirkung eures Podcasts. Überlegt euch, ob ihr eine eher lockere oder formelle Ansprache wählt. Auch die Wahl des Sprechers kann abhängig von der Zielgruppe variieren: Passt eine junge, dynamische Stimme besser zu eurem Thema oder eher eine reifere? Wichtig ist vor allem, dass die Sprechstimme angenehm ist und zur Zielgruppe passt.

Die Raumakustik optimieren

Neben der Stimme spielt die Akustik des Raums eine zentrale Rolle für die Tonqualität. Achtet darauf, in einem ruhigen Raum aufzunehmen, der eher gedämpft ist. Kleine Räume mit Teppichböden oder Vorhängen sind ideal, da sie Schall absorbieren. Vermeidet glatte, harte Oberflächen wie Glas, Fliesen oder Beton, da diese den Schall stark reflektieren und zu Echo und Hall führen. Gestaltet den Aufnahmeort möglichst „weich“, um störende Nebengeräusche zu minimieren.

Die „richtige“ Technik

Als Aufnahmegerät reicht schon ein Smartphone oder ein PC. Dazu braucht Ihr noch ein Aufnahme- und Schnittprogramm. Hier sind Audacity für den PC und Anchor für iOS und Android weit verbreitet. Es gibt aber darüber hinaus noch eine große Vielzahl von guten Tools. Recherchiert hierzu einmal im Internet. Ein guter Ton ist wichtig – nichts ist nerviger als akustisch unverständliche Sprache. Deshalb empfiehlt sich hier ein externes Mikrofon. Gute Mikrofone für Smartphones oder PCs gibt es schon ab ca. 50 Euro.

Wenn ihr Musik (Anfangsjingle, Zwischenmusik, Abspannmusik) verwendet wollt, dann bitte ausschließlich Musik, für die Ihr auch die Rechte habt. Am besten auch hier mal im Internet recherchieren – lizenzfreie und GEMA-freie Musik gibt es bspw. über Pixabay.

Veröffentlichung

Veröffentlichen könnt Ihr Euren Podcast über eure Intranetseiten. Meist handelt es sich ja um eine ganz normale Tondatei im Format mp3. Denkt auch daran, Eure Produktion zu bewerben. Verlinkt die Datei in eurem Newsletter oder über einen QR-Code am Schwarzen Brett.

Habt Mut und fangt einfach an

Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen. Probiert es einfach einmal aus, macht erste Schritte im Podcasting und habt Spaß dabei. Lasst von Euch hören, sprecht über die wichtigen Themen der Betriebsratsarbeit und erhebt eure Stimme für die Belange der Belegschaft.

Kontakt zur Redaktion

Haben Sie Fragen oder Anregungen? Wenden Sie sich gerne direkt an unsere Redaktion. Wir freuen uns über konstruktives Feedback!
redaktion-dbr@ifb.de