

# »Frischer Wind« für die Öffentlichkeitsarbeit

**ÖFFENTLICHKEITSARBEIT** Videos, Newsletter, Podcast – die Öffentlichkeitsarbeit der Interessenvertretung kann vielfältig und digital sein. Wie das gelingt, lest ihr im Interview.

INTERVIEW MIT ISABELLA MAYR

Der Betriebsrat möchte mit seinen Kanälen alle Generationen ansprechen. Dazu gehört auch ein Podcast.

**D**ie Pandemie hat in vielen Unternehmen zu einem Sprung in der Nutzung digitaler Medien geführt: Videokonferenzen und netzbaasiertes kollaboratives Arbeiten sind nur zwei Beispiele dafür. Corona ist vorbei, die veränderte betriebliche Realität bleibt. Befördert wird der Wandel zusätzlich von einem Generationenwechsel, der in vielen Betrieben in vollem Gange ist. Jetzt gilt es, genau zu schauen, welche Medien was können und wie das Gremium sie sinnvoll für sich einsetzen kann. Dazu haben wir Isabella Mayr aus dem Betriebsrat der energie schwaben gruppe einige Fragen gestellt.

**Ihr seid medial sehr vielfältig aufgestellt – erzählst Du uns, wie es dazu kam?**

Unser Gremium wurde 2022 gewählt – in einer Zeit, in der hybride Betriebsversammlungen erlaubt waren. So haben wir uns entschlossen, uns digital mit einem schmissigen Imagefilm vorzustellen. Jedes Mitglied kam zu Wort und unsere Arbeit als Betriebsrat wurde präsentiert. Wir erhielten direkt Feedback von der Belegschaft, die sich sehr über die neue Aufmachung und den frischen Wind freute – sogar das Marketing fragte, welche Agentur wir beauftragt hätten. Dies war unser Startschuss, bestehende Medien zu modernisieren: Ein neues Logo, ein neuer Flyer und ein komplett überarbeiteter digitaler Newsletter folgten.

Unser Highlight wurde dann die Betriebsversammlung. Stellt euch mal vor: Alle sitzen auf ihren Plätzen, die Halle wird dunkel und über die Großleinwand startet ein Countdown mit Musik. Darauf folgte unsere Erkennungsmelodie mit Vorstellung des Gremiums. Professionell aufgezeichnete Interviews lockerten den Rechenschaftsbericht auf und ein Erklärungsvideo veranschaulichte, wie eine Betriebsvereinbarung entsteht. Das Video endete mit den Unterschriften der damaligen Vorsitzenden und der HR-Assistentin, mit der Unterschriftenmappe unter dem Arm, auf dem Weg zur Geschäftsführung. Sie lief anschließend auf der Veranstaltung mit dieser Mappe über die Bühne zur geladenen Geschäftsführung, die live die hart erarbeitete Betriebsvereinbarung zum Homeoffice unterzeichnete. Wir konnten das Jahr drauf wieder viele alte Gesichter auf



der Betriebsversammlung willkommen heißen, die die letzten Jahre diese Veranstaltung nicht mehr besuchen wollten.

### Was plant ihr als Nächstes?

Um allen Generationen gerecht zu werden, möchten wir unsere Kanäle erweitern, wozu ich die Idee eines Podcast ausgearbeitet habe. Der Name »Watt's Up?« entstand beim Brainstormen zusammen mit einer Kollegin auf einem Seminar und ist perfekt für uns als Betriebsrat eines Energieversorgers. Die Idee dahinter ist, die Belegschaft besser abzuholen. Manches Vorgehen oder bestimmte Informationen lassen sich nicht in einen Newsletter packen – sie wären zu umfangreich, um sie in diesem Format verständlich unterzubringen. Da eignet sich das gesprochene Wort besser. Wir möchten sehr gerne noch transparenter sein und alle an unserer Arbeit teilhaben lassen. Wir hoffen, dass uns das durch eine möglichst breite mediale Aufstellung gelingt.

Leider müssen wir 2025 neu wählen, weshalb das Podcast-Projekt vorerst auf Eis gelegt wurde, damit wir uns auf eine umfangreiche Wahlkampagne konzentrieren können. Hierbei könnte unter anderem eine eigene Landingpage zum Einsatz kommen, um den Wahlvorgang von Anfang bis Ende zu veranschaulichen.

### Nutzt ihr bei der Öffentlichkeitsarbeit auch KI – und wenn ja, wie?

Die Nutzung von KI ist aus Sicherheitsgründen im Unternehmen noch eingeschränkt, was ich auch gut finde. Es haben sich da innerhalb kurzer Zeit so viele Möglichkeiten ergeben, dass man ihnen als Otto-Normal-Anwender:in gar nicht gewachsen sein kann.

Ich selbst verwende ChatGPT. Hier jage ich gerne mal Texte durch, wenn ich merke, dass mein persönlicher Schreibstil nicht zum Medium passt und bitte die KI, den Text dementsprechend umzuformulieren. Ich hole mir auch gerne Ideen: Wir mussten letztes Jahr auch unsere Jugend- und Auszubildendenvertretung außerordentlich neu wählen lassen und ich habe um paar Hashtag-Inspirationen für die Wahlplakate gebeten.

Sogar der Titelsong für unser Podcast-Projekt wurde von dem onlinebasierten, generativen KI-Programm »Suno AI« gezaubert.



Wichtig ist, dass man präzise Vorgaben macht, um gute Ergebnisse zu erzielen. Das ist bei allen Arten generativer KI so, egal ob Text, Bild oder Musik. Das richtige »Prompten« erfordert Übung, aber es gibt viele Tutorials online, die dabei helfen können – zum Beispiel auf YouTube.

### Trotz Hilfestellung klingt das nach viel Arbeit. Wie organisiert ihr euch?

Wir sind ein 11-köpfiges Gremium mit einem Altersdurchschnitt von 45 Jahren und einer perfekten Mischung aus vier Generationen. Für die Öffentlichkeitsarbeit sind fünf Mitglieder zuständig, aber meist übernehme ich diese Aufgaben allein und lasse nur noch gelegentlich Arbeiten vom Gremium absegnen. Dieses Vertrauen habe ich mir über die Jahre erarbeitet.

Ich durfte eine Ausbildung zur Fachkraft für innerbetriebliche Öffentlichkeitsarbeit absolvieren und hatte bereits privat umfangreiche Kenntnisse in Fotografie, Videografie, Marketing und Grafikdesign, arbeite mit professionellen Programmen und Equipment. Daher verfüge ich inzwischen über eine große Expertise für jemanden, der nicht aus diesem Bereich kommt. Ich hoffe, dass ich mit der nächsten Wahl entweder neue Mitstreiter:in-

Für Hashtag-Ideen und Flyer nutzt das Gremium manchmal ChatGPT.

**GESPRÄCHS-  
PARTNERIN**

**Isabella Mayr** ist seit 2022 Betriebsrätin bei der energie schwaben gruppe. Sie ist als Teamleiterin im Kundenservice tätig.

**HINWEIS**▶ **Gut informiert per App**

Die österreichische meinBR-App – vom Bund-Verlag für den deutschen Markt lizenziert – dient als zentraler Kommunikationspunkt zwischen Betriebsrat und Kolleg:innen. Sie ermöglicht eine digitale, direkte und schnelle Kommunikation, die vom Arbeitgeber nicht beeinflusst werden kann – eine Ergänzung oder Alternative zur Homepage oder einem Newsletter.

Die meinBR-App umfasst ein Redaktionssystem für Betriebsräte, mit dem man Nachrichten schreiben, Informationen einstellen, FAQ's abbilden, Umfragen machen und Betriebsvereinbarungen sowie Veranstal-

tungen einstellen kann. Die Einarbeitung nimmt nur wenig Zeit in Anspruch. Eine besonders beliebte Funktion der App sind die Push-Nachrichten: Sie erscheinen direkt auf dem Bildschirm des Endgeräts und informieren Nutzer:innen über neue Ereignisse, Updates oder Aktionen. Das ist gerade in Krisenzeiten praktisch.

Mehr Informationen und die Möglichkeit zur Teilnahme an einer online Info-Veranstaltung gibt es hier:

[www.bund-verlag.de/  
meinbr-app](http://www.bund-verlag.de/meinbr-app)



nen finde oder – falls ich nicht wieder gewählt werde – jemanden, der oder die mich gut ersetzen kann.

Für die Öffentlichkeitsarbeit habe ich einen Tag Freistellung pro Woche, da diese Arbeiten sich nicht nebenher erledigen lassen. Alles muss gut organisiert sein, z.B. werden Videos während der Klausur oder den Sitzungen gedreht und Recherchen auf Tage mit wenig Terminen gelegt. Am wichtigsten ist die Priorisierung, damit nichts untergeht. Ich verwende hierfür den Teams-Planner, damit auch das komplette Gremium immer sehen kann, woran ich arbeite und wie die aktuellen Stände sind.

### **Was kannst Du Gremien empfehlen, die ihre Öffentlichkeitsarbeit neu aufstellen wollen?**

Einfach machen! Oft plant man zu lange, ohne dass es zur Umsetzung kommt. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass nicht alles in jedem Unternehmen funktioniert. Entweder passt es nicht zur Unternehmenskultur oder es werden diverse Steine in den Weg gelegt. Denkt daran, dass ihr eigenständig seid und Euch unabhängig vom Unternehmen präsentieren solltet, auch wenn eine gute Zusammenarbeit herrscht.

Lasst mindestens eine Person aus dem Team zum Thema Öffentlichkeitsarbeit ausbilden.

Man bekommt nicht nur das Werkzeug an die Hand, sondern auch einen engen Austausch und interessante Einblicke darin, was andere so machen. All das ist eine gute Inspiration für die Weiterentwicklung der eigenen Öffentlichkeitsarbeit.

Klar ist, dass der Generationenwechsel voranschreitet und der Anteil der Digital Natives immer größer wird, unter den Beschäftigten und auch im Gremium. Wir brauchen digitale Medien, um effizienter arbeiten und uns auf unsere Kernaufgaben konzentrieren zu können. In einem kurzen Video kann man oft mehr transportieren als in langen Texten und der Aufwand wird mit der Routine immer weniger. Nutzt neue Medien auch, um für die nächste Wahl gut aufgestellt zu sein.

Der wichtigste Tipp ist: Lasst Euch nicht entmutigen! Es ist nicht immer alles so möglich, wie man es sich ausgemalt hat. Dann hilft ein Perspektivwechsel. Nutzt das, um neue Ideen zu entwickeln und lasst Euch nicht unterkriegen. Testet, probiert Neues aus und startet Umfragen in der Belegschaft, z.B. mit Microsoft Forms. Ihr könnt immer wieder zum Altbewährten zurück. Ohne Grenzen ist allerdings Eure Kreativität – nutzt sie! ◀

*Das Interview führte Ute Demuth, freieberufliche Referentin, Autorin und Beraterin, [www.udemuth.de](http://www.udemuth.de)*

[www.dprp.de](http://www.dprp.de)

DEUTSCHER PERSONALRÄTE-PREIS 2025

**Machen Sie mit!**

Sichern Sie sich die Anerkennung Ihrer Personalratsarbeit.



Jetzt anmelden:  
Teilnahmeschluss  
31. Mai 2025

### **Ihre Teilnahme zählt**

Als Personalrat laden wir Sie herzlich ein, sich jetzt für den »Deutschen Personalräte-Preis 2025« zu bewerben. Melden Sie Ihr Projekt ganz einfach hier an: [www.dprp.de](http://www.dprp.de)