

### Podcasts in der Personalkommunikation

**Personalkommunikation ist nicht nur eine Sache des Verstands. Sie funktioniert ebenso über die Sinne und das Gefühl. Unternehmen, die möglichst viele mediale Kanäle nutzen, sind deshalb klar im Vorteil. Professionelle HR-Podcasts bieten eine gute Möglichkeit, die Kommunikation im Internet und Intranet zu verbessern.**

#### Die Millenials kommen

Der Begriff aus dem Amerikanischen „Millennium“ steht für Jahrtausend. Er beschreibt eine neue Generation von Akademikern, die zwischen 1980 und 2000 geboren sind und allmählich in den Arbeitsmarkt drängen. Ja, und? Fragen Sie sich jetzt. Nutzen auch Sie regelmäßig Instant Messaging, besuchen und beteiligen sich an Blogs, interessieren sich für Innovationen im Web 2.0? Dennoch bringen Sie es vermutlich nicht über den Status eines „Möchtegern-Millennials“ hinaus.

#### Medienkonsum ist Generationenfrage

Seien Sie jetzt nicht traurig. Das ist eine Generationenfrage, keine Angelegenheit des Willens oder der technischen Anpassungsfähigkeit. Auf dem Feld digitaler Kommunikation sind die vor 1980 Geborenen eben Einwanderer, die Neuland betreten haben. Also Digital Immigrants. Die Millennials aber sind Digital Natives: Sie gehen mit dem Internet, ihrem iPod, mit Instant Messaging und Blogs so selbstverständlich um wie frühere Generationen mit der Fernbedienung. Millennials sind mit dem Internet groß geworden; Sie kennen die reine Print- und Fernsehzeit nur noch vom Hörensagen.

#### Kommunikationskultur im Wandel

Millennials ticken in vieler Hinsicht anders als die zwischen dem Kriegsende und Mitte der sechziger Jahre geborene Generation der Babyboomer oder die in den Folgejahren bis 1980 geborene Generation X. Einer Ende 2006 veröffentlichten Studie von Forrester Consulting zufolge stellen die Millennials schon jetzt 11 Prozent der Angestellten in Europa. In den folgenden zehn Jahren werden sie nach und nach die langsam ausscheidende Generation der Baby Boomer in den Unternehmen ersetzen. Experten zufolge verändert dieser Generationenwechsel radikal die Arbeitsweise in den Unternehmen. Gleiches gilt für Stil und Medien, in denen Unternehmen mit ihren Mitarbeitern, Bewerbern und anderen Stakeholdern kommunizieren.

#### So selbstverständlich wie Papier und Bleistift

Millennials nutzen moderne Kommunikationstechniken so selbstverständlich wie Ihre Eltern Papier und Bleistift. Die neuen Technologien sind untrennbar mit ihrem privaten und beruflichen Leben verbunden. Diese Fülle technikgetriebener Möglichkeiten bestimmt auch ihre Erwartungshaltung gegenüber den Arbeitgebern. Zudem sind sie an Multitasking gewöhnt und konsumieren Medien parallel zu anderen Tätigkeiten oder unterwegs. Als Lerner und Medienkonsumenten ziehen



Sie multimedial vermittelte Infohäppchen dem als mühsam empfundenen Lesen von längeren Texten vor.

### **Neue Medienwelt im Internet**

Wir reden nicht von der Welt von morgen: Millennials und das Web 2.0 sind schon dabei, die Kommunikationspraxis einschneidend zu verändern. Dabei wird das Internet zunehmend zum reinen Trägermedium. Zu den transportierten Medien gehört zunehmend auch gesprochene Sprache. Einige Unternehmen haben auf diese Veränderungen reagiert – zum Beispiel, indem sie Recruiting-Podcasts auf ihren Karriereseiten veröffentlichen.

### **Recruiting-Podcasts**

Recruiting-Podcasts sind auf der Website eines Unternehmens angebotene Audiobeiträge, die die Bewerber abonnieren und direkt auf ihrem Rechner anhören oder auf ein tragbares Gerät überspielen können. Mögliche Themen sind Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen, Besonderheiten der Unternehmenskultur, Ablauf von Bewerbungen und Tipps für Bewerber sowie gesuchte Profile und Qualifikationen. Experten stimmen darin überein, dass sich Unternehmen besser präsentieren können, wenn Sie zu einer Karriereseite im Internet und einer Bewerberbroschüre auch einen Podcast anbieten.

### **Emotionales Personalmarketing**

Personalwerbung funktioniert vor allem über die Sinne und das Gefühl. Unternehmen, die möglichst viele mediale Kanäle nutzen, sind gegenüber der klassischen Broschüren- und Internetwerbung im Vorteil. Zudem genießen diese Innovatoren derzeit einen Aufmerksamkeitsbonus, da Podcasting von Arbeitgebern in Deutschland noch die Praxis einer schmalen Minderheit ist.

| 2

### **Große Bandbreite von Anwendungsmöglichkeiten**

Podcasts eignen sich nicht nur zu Recruiting- oder Personalmarketingzwecken. Unternehmen können sie zum Beispiel auch für die Vermittlung von Trainingsinhalten in der Personalentwicklung einsetzen. Etwa für Produktupdates und Verkaufstipps für Mitarbeiter im Vertrieb, oder für Führungskräfte trainings zum AGG. Das große Plus: Mitarbeiter können diese Inhalte mit den entsprechenden Geräten überall, wiederholt und kurz vor relevanten Praxissituationen abrufen. Zudem sind laufend Updates möglich.

### **Ergänzung zum HR-Newsletter**

Schließlich kann die Personalabteilung Podcasts auch nutzen, um umfassend und regelmäßig über das eigene Angebot zu informieren: für ihre Business Partner sowie für alle Mitarbeiter im Unternehmen. Den Beitrag zum Unternehmenserfolg kann sie so leichter ins rechte Licht rücken. Zum Beispiel als Ergänzung oder Alternative zum HR-Newsletter im Intranet Ihres Unternehmens.

### **Zutaten zu einem guten Podcast**

Was brauchen Unternehmen, um gute Podcasts zu erstellen? Ein schlüssiges Konzept sowie ein guter Text sind nach wie vor die wichtigsten Ressourcen für erfolgreiche Kommunikation im HR-Umfeld. Das gilt auch für Podcasting, hier kommt



es besonders auf eine packende und kompakte, eben Radio-kompatible Sprache sowie eine gute Dramaturgie an.

Für die Umsetzung eines professionellen Podcasts brauchen Unternehmen zudem eine gute Qualität der Sprachaufnahme. Dazu gehören zum Beispiel professionelle Sprecher und ein professionelles Tonstudio. Nur Unternehmen, die inhaltlich und technisch hochwertige Podcasts bieten, können damit bei Bewerbern oder Mitarbeitern punkten. Eine schnelle und lieblose „Me too“-Lösung bietet bei Web 2.0 Applikationen keinen Mehrwert. Das zeigt unter anderem auch die Mehrzahl der bisher veröffentlichten Video-Stellenanzeigen.

Für die Produktion von Podcasts arbeitet die Kommunikationsberatung Schelenz mit dem Kölner HR-Journalisten und Texter Dr. Manfred Böcker zusammen ([www.personaltext.de](http://www.personaltext.de)). Technik, professionelle Sprachaufnahmen, musikalische Gestaltung und Soundlogos liefert das Tonstudio prospeech ([www.prospeech.de](http://www.prospeech.de)).

Was denken Sie zum Thema „Podcasts in der Personalkommunikation“?  
Kommen Sie mit uns ins Gespräch. Schicken Sie uns eine Mail:  
[info@personalkommunikation.de](mailto:info@personalkommunikation.de)



## **Personalkommunikation Schelenz**

Kommunikationsberatung und Services

Die Mainzer Schlaglichter zur HR-Kommunikation sind ein Service der Personalkommunikation Schelenz GmbH. Unsere Agentur informiert Sie über aktuelle Trends in der Personalkommunikation.

© Personalkommunikation Schelenz GmbH