

Nike Roos

Videomarketing- ein Arbeitsbuch

Bild-, Ton- und Charismatraining für
Trainer, Coaches und Experten



budrich
INSPIRITED 

[1] Nike Roos

Videomarketing – ein Arbeitsbuch

[2][3] Nike Roos

Videomarketing – ein Arbeitsbuch

Bild-, Ton- und Charismatraining für Trainer,
Coaches und Experten

Mit einem Vorwort von Markus Hofmann

budrich Inspired

Opladen • Berlin • Toronto 2017

[4] Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Alle Rechte vorbehalten

© 2017 für die deutsche Ausgabe budrich Inspirited, Opladen, Berlin & Toronto budrich Inspirited ist ein Imprint des Verlags Barbara Budrich <http://inspirited.de/buecher/>

ISBN 978-3-8474-0730-0 (Paperback)

eISBN 978-3-8474-0869-7 (eBook pdf)

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung: Bettina Lehfeldt, Kleinmachnow – www.lehfeldtgraphic.de

Lektorat: Katharina Frier-Obad, Berlin – www.die-welt-braucht-schoene-texte.de

Satz: Ulrike Weingärtner, Gründau – info@textakzente.de

eBook-Herstellung und Auslieferung:

Brockhaus Commission, Kornwestheim

www.brocom.de

[5] Inhalt

Vorwort

Einleitung

Mia

Storytelling - das wirksamste Marketing-Tool

Mia hat ein Problem

Videos - das wirksamste Storytelling-Tool

Spielereien

Teil 1: Technik und Vorbereitung

Technik

Vorbereitung

Das Konzept (Sieben-Punkte-Plan)

Hinter der Kamera

Teil 2: Bildgestaltung, Licht und Ton

Mia probiert aus

Bildgestaltung

Bildeinstellung

Teil 3: Die Kamera und Du

Das schwarze Loch

„Meine Güte - ich sehe ja schrecklich aus!“

Locker, locker, locker!

Haltung, Ausstrahlung, State Management

Selbstbewusstsein

Die Crux mit dem Kochlöffel

Atem, Stimme und Sprechen

Mias innere Stimme

Deine Affäre mit der Kamera

[6] Teil 4: Und was jetzt?

Themen für Experten, Trainer und Coaches

Zeit- und Redaktionsplanung

Die Nachbearbeitung
Fünf Überlebens Tipps
Das Ende der Geschichte

Das Ende Deiner Geschichte?

Zum Nachlesen

Zum Anschauen

Bildnachweis

[7] **Vorwort**

Vor meinem ersten Treffen mit Nike Roos hätte ich nicht gedacht, dass ich bezüglich Video- und Onlinekommunikation noch so ahnungslos war. Als Redner und Gedächtnistrainer hatte ich schon über hunderttausend völlig unterschiedliche Menschen zum Staunen und Lachen gebracht. Auf der Bühne bin ich zu Hause, hier gehöre ich hin. Es macht mir riesigen Spaß, direkt auf mein Publikum zu- und eingehen zu können.

Meine persönliche Botschaft ist das Gedächtnistraining, seine leicht zu erlernenden Techniken und die damit verbundene Erleichterung im Alltag. Während eines Vortrags von ein bis zwei Stunden überzeuge ich meine Zuhörenden mit Leichtigkeit von ihren eigenen Fähigkeiten. In einem Vortrag oder Seminar bleiben sie eben sitzen. Und weil das Thema so einfach wie genial ist, sind selbst die größten Skeptiker am Ende überzeugt und begeistert.

Was aber passiert, wenn man mich mit nur einem Fingertippen, einem Mausklick von der Bühne verschwinden lassen kann? Wie schaffe ich einen nachhaltigen Eindruck bei jemandem, der nur über mich stolpert, in der Mittagspause mal kurz schauen will oder parallel noch drei weitere Fenster im Browser offen hat? In der Onlinekommunikation kann ich mich nicht langsam an mein Publikum herantasten und auf sein Verhalten reagieren. Online habe ich nur den einen kurzen Moment, um mein Gegenüber von mir zu überzeugen. So ging es mir bei meinen ersten Versuchen vor der Kamera. Ich konnte – und kann – souverän vor einigen hundert, ja tausend Menschen sprechen und sie begeistern. Doch vor einer schwarzen Kameralinse, so musste ich feststellen, war das plötzlich viel schwerer. Als Speaker ist mein Fokus immer auf meinem Publikum. Kein Problem, wenn das Publikum vor mir sitzt. Doch vor einer Kamera überschlagen sich die Gedanken:

[8] Über 100 Milliarden Suchanfragen gibt es in Deutschland pro Jahr bei Google. YouTube hat Nutzerzahlen, von denen das lineare Fernsehen träumt.

Ein anonymes Publikum riesigen Ausmaßes, und wenn ich meine Chance vertue, bekomme ich keine zweite – weggeklickt.

Diesem Publikum wollte ich meine Botschaft authentisch und positiv vermitteln? Was für eine Herausforderung! Zum Glück bin ich auf Nike gestoßen. Sie zeigte mir, dass ich kein High-End-Werbevideo brauche, sondern eine echte Botschaft. Und sie zeigte mir, wie es gelingt, diese authentisch über die Kamera zu transportieren. Aber: Authentisch bedeutet, Du hast wirklich eine Botschaft! Mit bloßen Floskeln hilft das beste Video nichts. Beim vorhandenen Überangebot überzeugen leere Phrasen heute niemanden mehr.

Die Botschaft muss also von Dir kommen, den Rest kannst Du problemlos lernen. Nike war genau die Frau, die ich in dem Moment brauchte: Von den Grundlagen wie Bildgestaltung und Licht bis hin zur direkten Ansprache durch die Kamera gingen wir alles Wesentliche durch. Sie leitete mich an, verbesserte mich und gab mir zusätzlich zu ihrer Erfahrung und ihrem Fachwissen einen Leitfaden an die Hand, mit dem ich anschließend selbstständig die Kommunikation per Video weiterführen konnte. Kurz: Sie holte das damals Beste aus mir heraus.

Seit unserem ersten Treffen sind nun schon ein paar Jahre vergangen, und Onlinekommunikation per Video ist mittlerweile fester Bestandteil meines Unternehmens. Ich entwickle mich beständig weiter, aber ohne die wichtigen Grundlagen von Nike wäre ich mit Sicherheit noch nicht so weit gekommen.

Ich bin überzeugt davon, dass Dir das mit Hilfe dieses Buches ebenfalls gelingt. Viel Erfolg dabei wünscht

Dein Markus Hofmann

[9] Markus Hofmann ist Keynote-Speaker und Impulsgeber aus Leidenschaft. Bekannt geworden durch die Schottenwette bei „Wetten, dass ..?“ und durch das Expertenforum „Die Erfolgsmacher“ des Nachrichtenmagazins FOCUS, ist der Name Markus Hofmann in Wirtschaft, Politik und Kultur ein Begriff. Markus Hofmann ist Vorstandsmitglied der German Speakers Association (GSA) und einer von vier deutschsprachigen Certified Speaking Professionals weltweit. Neben seiner Tätigkeit als Top-Speaker ist er Direktor des Steinbeis-Transfer-Instituts,

Lehrbeauftragter an der Steinbeis-Hochschule Berlin und der Management-School St. Gallen sowie Dozent an der ZfU International Business School. Er ist vielfach ausgezeichnet und Autor verschiedener Publikationen zu den Themen Kognitive Fähigkeiten und Gedächtnistraining.

[10][11] **Einleitung**

Am Wochenende war ich auf einem Kongress. Zu meiner Freude traf ich dort Gudrun und Dirk – beide hatten einen meiner zweitägigen Workshops besucht. Ich erinnerte mich noch genau, weil die Gruppe besonders begeistert und inspirierend war. Gudrun erzählte mir ein wenig davon, was sie in den vergangenen zwei Jahren gemacht hatte. Und dann sagte sie etwas sehr Schönes: „Dein Workshop wirkt heute noch bei mir nach. Ich denke oft daran.“

Dirk erzählte mir später, dass er immer noch mit den Inhalten des Workshops arbeitet. Videos sind Bestandteil seines Marketings geworden. Und noch immer arbeitet er intensiv mit dem Workshop-Handout.

Schon von Anfang an wollte ich für meine Workshop-Teilnehmerinnen kein normales Handout in Form von ein paar Zetteln oder einem PDF der Bildschirmpräsentationen. Ich wollte, dass sie mit dem Handout die Übungen des Workshops weiterführen und vertiefen können. Also stellte ich ein Arbeitsbuch zusammen, das ich drucken und binden ließ. Dass die Teilnehmer nach Monaten und Jahren noch damit arbeiten, freut mich sehr. Dass sie mich anrufen und fragen, ob sie das Arbeitsbuch auch so bei mir kaufen könnten – sie wollten es jemandem schenken – war einer der Gründe für dieses Buch. Hier findest Du die Inhalte aus dem Arbeitsbuch. Dazu kommt – und das ist neu, extra für dieses Buch zusammengetragen – Hintergrundwissen aus meinen Medientätigkeiten: Storytelling, Journalismus, Theater und Gesang.

Dass ich eine „krumme“ Biografie habe, hat mir nie geschadet – eher genutzt. Mein Lebenslauf sieht dadurch bunt aus. Ich habe spannende Sachen gemacht, aber auch Krisen durchlebt. Und im Rückblick waren gerade die Krisen wichtig, damit ich mir selbst treu bleiben konnte. Das Magazin FOCUS schrieb in seiner Titelstory „So setzen Sie sich durch. Unangepasst zum Erfolg“, dass meine Neigung, alles^[12] in Frage zu stellen, ein Teil meiner

Erfolgsstory sei (FOCUS 9/2016, S. 61). Schon im Studium fand ich Interdisziplinarität spannend und studierte gleich fünf Fächer. Ärgerlich, dass das Studiensystem dies nicht vorsah und ich nur in dreien abschließen durfte. Auch später wollte ich immer Neues ausprobieren und lernen. Als ich die CamerAcademy gründete, wurde mir plötzlich klar, dass die vielen verschiedenen Leidenschaften und Fähigkeiten zusammenpassten: meine Affinität zu Theater und Gesang, Arbeit hinter der Bühne, mit Schauspielerinnen und Sängern. Meine journalistische Ausbildung, Stimmschulung, Moderationstraining. Jahrelange Arbeit als Fernsehredakteurin, bei der ich das bildliche Erzählen von der Pike auf (und von einem fantastischen Lehrmeister – danke, Ronny!) lernen durfte. Marketing und PR. Selbst die Märchentante passte plötzlich ins Bild: Als Künstlerin stehe ich seit 2005 auf der Bühne und erzähle Märchen, Sagen und Geschichten.

Die CamerAcademy ist ein gutes Beispiel für das Zitat von Søren Kierkegaard: dass das Leben vorwärts gelebt, aber erst rückwärts verstanden wird. Denn mit der Camer-Academy verstand ich plötzlich, wie alle diese verschiedenen Kenntnisse und Fähigkeiten zusammenpassen konnten.

Auf den folgenden Seiten ist dieses Hintergrundwissen zusammengefasst, gebündelt und – hoffentlich – verständlich dargestellt. Aber nicht nur das: Die praktischen Anleitungen, Tipps und Übungen aus dem Arbeitsbuch, mit dem Gudrun und Dirk nach Jahren noch arbeiten, sind hier auch zu finden. Denn dazu ist dieses Buch gedacht: nicht nur fürs Wissen, sondern vor allem fürs Tun. Und ich hoffe, dass Du darüber hinaus auch noch Spaß beim Lesen, Ausprobieren und Anwenden hast.

Und wie genau funktioniert das Arbeitsbuch jetzt?

Das Buch besteht aus drei Elementen: einer Rahmenhandlung, Kapiteln zum Hintergrundwissen und einem Praxisteil. Wo Du Dich gerade befindest, erkennst Du an den Überschriften (**Praxis, Background, STORY**). Alle drei Elemente ziehen sich durch die drei thematischen Hauptkapitel,^[13] in denen die wichtigsten Zutaten für erfolgreiche Videokommunikation behandelt werden: die Technik, das Bild und vor allem Du. Du und Deine Ausstrahlung – denn auch Ausstrahlung und Charisma kannst Du lernen.

Es gibt immer wieder grauerahmte Kästen in den Kapiteln. Sie enthalten Übungen, die Du sofort machen kannst. Dieses Buch ist nicht dafür da, einfach nur gelesen zu werden! Wenn Du das unbedingt tun willst, dann lies es eben einmal durch – und lies es danach richtig! Richtig, das bedeutet in diesem Fall: Hör auf zu lesen, wenn Du einen Übungskasten erreichst, und führe die dort beschriebenen Übungen aus. Am besten schreibst Du auf, was gut funktioniert und woran Du noch arbeiten willst. Lies erst weiter, wenn Du eine Übung gemeistert hast.

Such Dir eine Unterstützerin. Erstens macht es zu zweit einfach mehr Spaß, zweitens wird Dir eine weitere Person helfen, dranzubleiben und verhindern, dass das Buch und Dein Fortschritt im Alltagstrott vergessen werden. Und drittens funktionieren viele Übungen besser, wenn Dich jemand unterstützt. Ich erinnere mich, dass sich Gudrun, von der ich oben sprach, schon im Workshop mit einer anderen Teilnehmerin verabredete, gemeinsam weiter an ihrem Videomarketing zu arbeiten.

Am Ende der großen Themenkapitel (Technik, Bild, Charisma) gibt es auch Checklisten, die für Dich zusammenfassen, woran Du denken musst.

Ein Hinweis noch: Vielleicht hast Du bereits gemerkt, dass ich mal von Teilnehmerinnen, dann wieder von Teilnehmern spreche. Mal von Schauspielerinnen, dann von Sängern. Diese Lösung der geschlechtergerechten Sprache hat mir schon bei Barbara Budrichs und meinem letzten Buch „Geld kann jeder“ (Budrich/Roos 2015) gut gefallen. Unsere Testleserinnen hingegen waren verwirrt und fragten sich (und uns), warum wir denn mal von Frauen, dann wieder von Männern sprächen. Wenn wir immer nur die männliche Form verwendet hätten, wäre es kaum jemandem aufgefallen, nicht wahr? Und gerade das zeigt, wie wichtig geschlechtergerechte^[14] Sprache ist. Da die konsequente Verwendung beider Formen sich manchmal umständlich liest, wechsele ich ab. Insofern möchte ich Dich bitten, Dich auch als Mann angesprochen zu fühlen, wenn ich von Kundinnen spreche. Andersherum muss ich die Frauen wahrscheinlich nicht bitten, sich angesprochen zu fühlen – wir sind das nämlich gewohnt. Egal, welche Geschlechtsform ich wähle – ich spreche von Menschen.

Oh! Danke sagen will ich auch noch!