

## Thomas Skipwith im Interview mit Bruno Erni: Das Beste von Voices of Experience Juni 2020

Thomas Skipwith, im Interview mit Bruno Erni, berichtet wieder von «Voices of Experience» VoE, dem Podcast der National Speakers Association NSA

### Rob Ferre: Gamification in der Online-Welt

Die zentrale Frage lautet: Wie halte ich die Aufmerksamkeit meiner Online-Zuschauer aufrecht?

Rob's Antwort ist "Gamification", d.h. die Anwendung spieltypischer Elemente in einem spielfremden Kontext.

Es gibt verschiedene Möglichkeiten die Teilnehmenden eines Online-Events bei der Stange zu halten - am besten spätestens alle 8 Minuten soll ein spielerisches Element eingeflochten werden.

Unterscheide zwischen Webinaren (es sind nur der Redner und seine Folien zu sehen) und Online-Meetings (alle sind per Webcam zugeschaltet). Für alles gibt es Möglichkeiten, spielerische Elemente einzubauen: von "alle beteiligen" zu "zwei Personen zuschauen, wie sie sich messen".

Sprich Dich mit dem Kunden vorher ab, wie das Format aussehen wird oder soll.  
Beispiele:

- Die Teilnehmenden sollen ein Selfie von sich mit der Galerieansicht im Hintergrund machen.
- Du schaltest einen Freiwilligen per Kamera zu. Du und er spielen um den Sieg. Die Zuschauer fiebern mit.
- Die Teilnehmenden sollen Ihre Socken zeigen. Wer hat die Schönsten?
- Die Teilnehmenden sollen einen lustigen Hintergrund einblenden. Wer hat den Lustigsten?
- Ist das, was auf der Folie wahr oder falsch? Die Antworten können per Chat abgefragt werden oder in einer Umfrage.
- Stelle 3 Optionen zur Wahl.
- Sie können Dir privat eine Antwort schicken.
- Veranstalte eine Schnitzeljagd. Die Teilnehmenden müssen ein Objekt suchen und am Bildschirm zeigen.

Eine gute Überleitung zu einem Spiel ist eine Ankündigung wie: "Und jetzt: Zeigt, was Ihr vom Stoff bisher behalten habt!"

Lass Dir von einem Assistenten helfen. So behältst du die Übersicht.

Rob empfiehlt die folgenden Apps:

Canva.com, Upwork.com, Fiverr.com, Kahoot, Mentimeter, Google Slides (statt PowerPoint), CrowdControl Games, Countdown

Als Hardware empfiehlt er den ATEM Mini Switcher von Blackmagic Design.

Mögliche Bezugsquellen sind visuals.ch, thomann.de und amazon.com.

(Thomann.de war schon ausverkauft.)

### Kim Davis: Kommunizieren in schwierigen Zeiten

Die Corona-Krise und die Rassenunruhen verlangen, die eigene Kommunikation (erneut) auf den Prüfstand zu stellen. Sie empfiehlt das 4-Augen-Prinzip für die eigenen Botschaften und Texte, denn selbst ist man oft blind für die Neben-

Interviewpartner: Bruno Erni ([www.brunoerni.com](http://www.brunoerni.com)) und Thomas Skipwith ([www.thomas-skipwith.com](http://www.thomas-skipwith.com))

)Wirkungen der eigenen Beiträge bei anderen. Es ist einfacher, von Anfang das Richtige zu sagen als im Nachhinein zurückrudern zu müssen. Wer in der Debatte um Rassismus mitreden will, sollte gemäss Kim auf diesem Gebiet Erfahrung und deshalb Glaubwürdigkeit besitzen. Wer sich neuerdings an der Diskussion beteiligen will, sollte sich fragen, ob seine Botschaft etwas zur Diskussion beiträgt. Auf alle Fälle aber kannst Du (wenigstens) Mitgefühl zeigen. Ein Buch zum Thema, welches sie nennt ist: "White Fragility" (auf englisch). Ausserdem gibt es viele andere interessante Bücher zum Thema Rassismus. Ein Blick auf Deinen Bücherladen genügt.

### Avish Parashar, CSP: Die heilende Wirkung von Humor

Humor hilft Dampf abzulassen und Spannung aus einer Situation rauszunehmen. Humor hilft auch die Ereignisse, die einem widerfahren zu verarbeiten. Avish ist der Meinung jeder kann humorvoll sein. Bleibe weg von politisch geladenen und religiösen Themen. Mache deshalb Deine Publikumsanalyse.

Er empfiehlt einen Trick von Judy Carter: "Frage nicht, was lustig ist, sondern: Was ist an etwas seltsam, dumm, schwierig oder beängstigend?" Daraus kannst Du den Humor finden.

Darüber hinaus solltest Du jegliche Filter ablegen, damit einfach alles rauskommt. Ganz unter dem Motto von Quantität statt Qualität. Er meint, da ist dann schon etwas dabei.

Probieren Dein Humormaterial aus, bevor Du es für einen bezahlten Auftritt einsetzest, z.B. vor Verwandten, einem Toastmasters Club, Facebook Live ...

Das Gute ist, dass von einem Business-Redner kein Humor erwartet wird. Deshalb macht es auch nichts, wenn ein Scherz mal nicht ankommt. Im Unterschied zum Kabarettisten.

### Audrey Thomas, CSP: Webinare

Sie bietet ihre Webinare und Präsenzveranstaltungen zum gleichen Preis an. Wenn der Kunde die Aufnahme verwenden will, lizenziert sie das Video für ein Jahr für zusätzliche 50% des ausgehandelten Preises. Nach einem Jahr schickt sie eine E-Mail: Bitte erneuern sie die Lizenz oder, wie abgemacht, löschen Sie die Datei vom Server."

Sie handelt aus, dass der Kunde den (Film-)Produzenten im Hintergrund stellt. Auf diese Weise kann sie sich voll auf die Präsentation konzentrieren. In der GSA ist beispielsweise Thorsten Jekel eine gute Anlaufstelle.

Sie lässt sich auch in den Vertrag schreiben, dass bestimmte technische Voraussetzungen erfüllt sind.

Tipp: Du musst üben, so dass Du Dich mit der Technik wohl fühlst und vor allem direkt in die Kamera schaut.

Sie geht mit dem Kunden eine 2-seitige Checkliste durch, u.a. mit technischer Probe 2 - 5 Tage vor dem Vortrag. Üblicherweise dauert es 15 - 60 Minuten. Sie will auch

wissen, wie viel Erfahrung der Produzent hat. Wenn es sein erstes Webinar ist, bittet sie um jemand anderen. Jemanden, der mehr Erfahrung hat. Sie bespricht auch die Anmoderation, die Übergabe vom Moderator zu ihr und den Schluss. Wer richtet die letzten Worte an das Publikum? Wird es am Ende eine Umfrage geben? Abhängig davon kann Audrey eine Folie einbauen, die einen Link oder QR-Code auf die Umfrage enthält.

Soll Musik abgespielt werden, während die Teilnehmenden auf den Beginn warten? Welche Musik?

Sie steht am Schluss immer bereit für Fragen. Falls niemand eine Frage hat oder sich getraut eine zu stellen, hat sie dem Produzenten vorher schon 3 - 5 Fragen gesteckt. Er sagt dann sowas wie: "Audrey, hier habe ich eine Frage ...". Keiner muss wissen, dass die Frage vom Produzenten resp. Dir kommt.

Für Teilnehmerunterlagen hält sie einen Link bereit, den der Produzent im Chat teilen kann.

3 - 5 Tage nach dem Vortrag telefoniert sie mit dem Kunden und dem Produzenten. Sie stellt so sicher, dass sie weiss, ob alles gut gelaufen ist und ob sie gegebenenfalls ein anderes Mal etwas besser machen kann. Während diesem Anruf bittet sie auch um eine Empfehlung auf ihrem Profil bei LinkedIn. Ausserdem schickt sie nach der Veranstaltung eine Dankeskarte.

Die gesprochene Version des gesamten Interviews findest Du auf <https://thomas-skipwith.com/podcasts/>. Und demnächst auf iTunes und YouTube.